

O IMPACTO DO ENDOMARKETING NA TRANSFORMAÇÃO DO-AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Ana Carolina da Silva CRUZ*
Camila Gonçalves NIZA**
Clayton A C MORAES***
Mariana Adamo BRAZ****
Taisa Gilliani da SILVA*****

RESUMO

Introdução: A pesquisa aborda o tema Endomarketing e a sua influência na transformação do clima organizacional em um ambiente saudável e dinâmico, causando um impacto positivo na cultura organizacional e conseqüentemente na vida dos colaboradores. **Objetivo:** Analisar como o Endomarketing auxilia na melhoria do clima, cultura e comunicação interna da empresa, proporcionando aperfeiçoamento nas políticas organizacionais e evidenciando os efeitos das práticas de Endomarketing na percepção dos colaboradores. **Metodologia:** O trabalho foi desenvolvido por meio de uma revisão bibliográfica e um estudo de caso. Para a produção da pesquisa bibliográfica, foram examinados sites da internet e livros da área administrativa. O estudo de caso em desenvolvimento, se apresentará de modo exploratório e descritivo, com a aplicação de um roteiro de entrevista e um questionário para coleta dos dados que serão aplicados ao gestor, no setor de recursos humanos e aos colaboradores da empresa. Um teste piloto será aplicado para a adequação dos instrumentos. **Resultados:** A pesquisa pretende demonstrar que o Endomarketing é uma importante ferramenta de relacionamento interno e de aprimoramento da qualidade de vida organizacional. Por meio da pesquisa espera-se obter dados e informações do ambiente organizacional e concomitantemente propor a melhoria do clima organizacional tornando-o mais atraente para os colaboradores internos e futuros colaboradores. O resultado esperado é a transformação dos atuais funcionários em propagadores da empresa, disseminando de maneira positiva a imagem da organização. **Conclusão:** O Endomarketing tem como foco principal as pessoas da organização para a geração de resultados positivos. São ações que denotam a interação dos colaboradores juntamente com a organização e que podem ser comparadas pelas mudanças advindas com a implementação do endomarketing, que contribuem para um ambiente organizacional próspero e produtivo.

Palavras-chaves: Endomarketing. Ambiente organizacional. Cultura organizacional.

* Discente do curso de Administração pela Fundação Educacional de Fernandópolis, SP – FEF. ana080301@gmail.com

** Discente do curso Administração pela Fundação Educacional de Fernandópolis, SP – FEF. camilagn7@hotmail.com

*** Docente da Fundação Educacional de Fernandópolis, SP – FEF. clayton.apartamentocaragua@gmail.com

**** Discente do curso de Administração pela Fundação Educacional de Fernandópolis, SP – FEF. madamobraz@gmail.com

***** Discente do curso de Administração pela Fundação Educacional de Fernandópolis, SP – FEF. taisasilva60@gmail.com