

ENDOMARKETING: UMA FERRAMENTA DE DESEMPENHO DE GESTÃO DE PESSOAS?

Simone Costa Marcelino

Nicássia Feliciano Novôa (Orientadora)

Para melhorar o desempenho, as organizações precisam de uma ferramenta inovadora para se comunicar diretamente com o colaborador interno de forma que, ao usá-la, o campo de visão dos mesmos, seja amplo e aberto, com relação ao que a empresa espera dele em termos de desempenho e comprometimento. Como uma das várias ferramentas utilizadas pelas empresas, o endomarketing tem se destacado significativamente pelos seus usuários como uma estratégia para a melhoria do desempenho e o aumento da produtividade dos seus colaboradores. O referido tema ainda é relativamente novo, por isso a importância de apresentar as principais ideias e construções teóricas e práticas da Academia. Assim, o presente Estudo tem a finalidade de analisar as estratégias do endomarketing que são usadas para elevar o desempenho dos funcionários para comparar as metas estabelecidas e almejadas pela empresa por meio da percepção dos colaboradores de uma determinada empresa. A pesquisa é um Estudo bibliográfico por meio da análise de conteúdo. Os resultados obtidos demonstram que o endomarketing é uma ferramenta que pode aliar melhorias tanto no ambiente interno quanto no externo, já que essa estratégia movimenta todo o capital humano da empresa para um mesmo desempenho e uma mesma visão dos resultados da empresa. A implantação desta ferramenta faz com que o colaborador se sinta valorizado e incluído nos processos decisórios da empresa, despertando nele um sentimento de pertencimento e, conseqüentemente, aumentando o seu desempenho e comprometimento.

Palavras-chave: Endomarketing, Gestão de Pessoas, Comunicação Interna, Clima Organizacional e Análise de Desempenho.