



16a21
OUT
2017

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.



A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES DA UNIMED ENCOSTA DA SERRA SOBRE ENDOMARKETING - ESTUDO DE CASO

Graduação: Administração

Área temática: Ciências Sociais Aplicadas

Resultados: Resultado Final

Forma de apresentação: Pôster

Bárbara Wazilewski Henkel¹ - Daniel Facchini²

RESUMO

Está cada vez mais evidente que as pessoas são um diferencial competitivo e que lhes dar atenção contribui para o próprio crescimento. Este é um estudo desenvolvido na área de marketing, direcionado ao cliente interno, conhecido como endomarketing ou marketing interno. A essência do endomarketing revela que, para que se possa atingir e conquistar o cliente externo, inicialmente, deve-se investir nos seus funcionários, que são o seu primeiro público e os mediadores entre empresa e cliente. Este estudo tem como objetivo identificar a percepção dos colaboradores de uma operadora de serviços de saúde da cidade de Taquara/RS sobre endomarketing e, por meio de uma pesquisa realizada com eles, diagnosticar se percebem influência do marketing interno no comprometimento organizacional. Este artigo apresentará os conceitos de diversos autores renomados, como Bekin (1995 e 2004), Brum (2005) e Brum (2010), Costa (2010), Zenone (2011), Grönroos (1995 e 2003), entre outros. Sobre a metodologia, esta pesquisa é caracterizada como exploratória, baseada em um estudo de caso. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário estruturado, composto por dez afirmativas em escala Likert. Os resultados apontam que os colaboradores concordam que o endomarketing influencia no comprometimento organizacional, e a pesquisa revela também que a comunicação interna, umas das principais ferramentas do endomarketing, não é eficaz.

Palavras-chave: Endomarketing. Marketing Interno. Comprometimento Organizacional.

REFERÊNCIAS

BEKIN, Saul F. *Endomarketing: como praticá-lo com sucesso*. São Paulo. Ed. Person, 2004.

BRUM, Analisa M. *Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa*. São Paulo, SP: Integrare Editora, 2010.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. barbarawhenkel@yahoo.com.br

² Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. daniel@faccat.br



**16a21
OUT
2017**

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.


FACCAT
www.faccat.br

COSTA, Daniel. *Endomarketing Inteligente: a empresa pensada de dentro para fora*. Porto Alegre: Dublinense, 2010.

CERQUEIRA, Wilson. *Endomarketing: Educação e cultura para a qualidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

GRÖNROOS, Christian. *Marketing: gerenciamento e serviços*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.