

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

ENDOMARKETING COMO SOLUÇÃO ORGANIZACIONAL

ALINY BATISTA COSTA¹
VIVIANE DE LIMA²
ANDRÉ LUIZ GONÇALVES ROJAS³
LEANDRO MACHADO VIANA⁴

Resumo: Neste artigo propomos o tema endomarketing, conceituamos seus fundamentos em função do problema existente dos últimos tempos, o estresse, abordando fatos para evidenciar as causas que levam o mau comportamento dos funcionários devidos a falta de gestão interna da empresa, com base em informações existentes de autores de livros, artigos, pesquisas realizadas no âmbito interno de empresas. Destacando a implantação da ferramenta de endomarketing, a fim de evidenciar a relevância deste procedimento, cuja, a finalidade é manter o colaborador engajado e motivado com os objetivos da empresa. Com isto a utilização dos instrumentos desta ferramenta acarreta em um ambiente produtivo.

Palavras chaves: Endomarketing, Estresse, Engajamento.

Abstract: In this article we propose the topic of endomarketing, conceptualize its foundations in function of the existent problem of the last times, stress, addressing facts to highlight the causes that lead the bad behavior of the employees due to the lack of internal management of the company, based on existing information of Authors of books, articles, research carried out internally of companies. Highlighting the implementation of the endomarketing tool, in order to highlight the relevance of this procedure, whose purpose is to keep the employee engaged and motivated with the company's objectives. With this the use of the instruments of this tool entails in a productive environment.

Keywords: Endomarketing, Stress, Engagement.

¹ Aluna da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

² Aluna da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico.

³ Professor da Faculdade Don Domênico.

⁴ Professor da Faculdade de Educação, Ciências e Letras Don Domênico. Mestre em Ecologia.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Introdução

Vivemos em uma era de mudanças, a economia mundial foi sensivelmente alterada em função das novas tecnologias em transportes e comunicações. Esse fenômeno, que não é novo, foi chamado de Globalização.

A busca pela lucratividade se tornou ainda maior com a crise que afeta o país, para poder superar os concorrentes cada vez mais globalizados, as empresas, na busca de seu espaço no mercado, trabalham de modo a maximizar seu desempenho, procuram executar uma boa estratégia empresarial para que ocorra melhores decisões pelo seu objetivo e metas, com isso, as organizações focam na importância da velocidade com que seus produtos ou serviços iram chegar com maior frequência aos seus consumidores. Os colaboradores sofrem com esse impacto de exigências excessivas feitas pela gestão da organização, podendo ocorrer riscos psicossociais, segundo a EU-OSHA agência europeia para segurança e saúde no trabalho, as causas são:

“aumento da carga de trabalho, falta de clareza na definição das funções, falta de participação na tomada de decisões, falta de controle sobre a forma como executa o trabalho, má gestão de mudanças organizacionais, insegurança laboral, comunicação ineficaz, falta de apoio da parte de chefias e colegas”

Assim ocasionando o stress no trabalhador, sendo o principal fator que leva a empresa ter um baixo rendimento nos resultados de seus projetos.

A internacionalização dos negócios terminou por induzir a transformação dos mercados, que agora se voltam para o setor de serviços com maior interesse e disposição de investimentos. E quando falamos em serviços, fundamentalmente tratamos da interferência direta do ser humano na idealização, preparação e execução de atividades que terminam por formatar o produto que é entregue ao cliente.

Determinadas empresas investem abundantemente para transmitir ao mercado o quanto seus produtos atende as expectativas de seus consumidores, esta atenção deve ser revertida para o público interno da empresa, os funcionários, “isto porque a qualidade da relação de uma empresa com seu mercado, clientes ou consumidores é um reflexo direto da

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

qualidade do relacionamento que ela estabelece com seus colaboradores” (COSTA, 2014, p.11)

Os colaboradores quando sentem que não fazem parte dos resultados finais da empresa, causa um desânimo motivacional, afetando seu desempenho nas suas funções devido à falta de engajamento com o propósito central da empresa, ocasionando a insatisfação com o trabalho, de acordo com o SEBRAE por conta desse problema acontece o turnover.

Para bater de frente com o quesito alta rotatividade as empresas devem ficar atentas não somente a questões salariais, mas também às necessidades do funcionário como pessoa e mente pensante, não como máquina. O colaborador deve sentir-se útil, valorizado e reconhecido. Deve sentir que tem poder de decisão, que faz a diferença e, principalmente, que não foi enganado na hora da entrevista de contratação, que passados os primeiros 90 minutos perceba que era bem esse produto que lhe venderam.

Apoiar os colaboradores, dar-lhes maior autonomia nas tomadas de decisões, reduzir a burocracia, gerar um ambiente de trabalho favorável, trabalhar com uma equipe motivada e engajada nos projetos da empresa podem aumentar consideravelmente a taxa de retenção de talentos das empresas. O primeiro cliente de uma organização são seus funcionários, a satisfação do colaborador é a essência para que o negócio flua bem em uma harmonia agradável, “o conceito de engajamento no trabalho [...] é entendido por uma forma de agir em que o indivíduo, motivado por uma causa, expressa sua vontade e predisposição de fazer mais do que lhe é esperado, evidenciando um compromisso autêntico com os objetivos da organização e da equipe, [...]” (COSTA, 2014, p.12)

Considerando que as organizações são aglomerações humanas, com interesses comuns e também divergentes, eis a complexidade que reveste a gestão de pessoas e o consequente direcionamento do Endomarketing para a obtenção dos resultados esperados.

"O principal objetivo do endomarketing é fazer com que todos os funcionários tenham uma visão compartilhada sobre o negócio da empresa, incluindo itens como gestão, metas, resultados, produtos, serviços e mercados nos quais atua." (BRUM, 1998). Ou seja, "Toda empresa em qualquer organização tem um mercado interno de empregados que deve receber a primeira atenção." (GRÖNROOS, 1995, p.278).

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

A utilização do processo do marketing interno traz benefícios excelentes para as ações internas, e como consequência tende a refletir para as impressões externas, tudo por conta do alto envolvimento que o funcionário tem com sua empresa, ou seja, o colaborador tende a se sentir muito à-vontade ao se expressar para uma pessoa de fora da corporação, de como é gratificante as condições de trabalho. Quando o endomarketing é muito bem entendido, as empresas o executa como um investimento permanente sobre a trajetória da empresa.

Metodologia

Revisão bibliográfica análise de informações publicadas de livros, artigos, pesquisas.

Visão ultrapassada

Peter Drucker (2002 p.25)

"Uma empresa que visa o lucro é, não apenas falsa, mas também irrelevante. O lucro não é a causa da empresa, mas sua validação. Se quisermos saber o que é uma empresa, devemos partir de sua finalidade, que será encontrada fora da própria empresa. E essa finalidade é criar um cliente."

Figura 1. Causas do Estresse

Causa do estresse	Porcentagem dos entrevistados
1. Desencontro de informações	52%
2. Problemas com prioridade de tarefas	51%
3. Metas irreais	49%
4. Mudanças de prazos	47%
5. Liderança confusa	44%
6. Atribuição de tarefas pouco claras	44%
7. Distorção de funções	43%
8. Falta de colaboração e coordenação	42%
9. Falta de força de vontade da equipe	37%
10. Pouco envolvimento de patrocinadores	28%
11. Incerteza sobre o próprio papel no projeto	24%

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Porém, ainda há empresas com apenas este foco, o lucro. Funcionários são exigidos ao nível máximo para cumprir metas exorbitantes sob supervisão de chefes controladores, o que acarreta em muitos casos, uma pressão desnecessária.

O veneno do estresse

Como vilão da era atual, o estresse é o terceiro motivo que mais provoca afastamento do trabalho por mais de 15 dias atualmente. Segundo a Previdência Social, no ranking de doenças que mais afastam os trabalhadores das atividades, o problema só perde para traumas provocados por acidentes e pelas Dorts, doenças por esforço repetitivo.

De acordo com a Previdência, a estimativa é que até 2020 o estresse passe a ser o primeiro motivo para as faltas e afastamentos. Segundo a especialista em segurança no trabalho “a tendência não tem nenhuma relação com o momento econômico e os países de primeiro mundo gastam bilhões para tentar resolver o problema” (RAMAZZINI, 2016)

A monotonia no trabalho, a má atribuição de responsabilidade, onde um trabalha mais do que o outro, acarreta em conflitos com colegas e superiores, além da falta de perspectiva de futuro, de saber que por mais dedicado que seja não haverá oportunidade de crescimento interno, devido a monotonia no trabalho, frustra a maioria dos colaboradores atuais. É necessário driblar a rotina enfadonha do trabalho e a falta de reconhecimento. A permanência na empresa se deve exclusivamente pela renda garantida, mas não pela satisfação e motivação na empresa.

A consequência desse drible permanente, ocasiona o estresse organizacional, onde o colaborador está apenas cumprindo tabela e não executa de forma satisfatória o seu trabalho e na maioria dos casos, a culpa dessa queda produtiva, são dos gestores "não existe um remédio único para todos esses males. Porém, uma melhor comunicação entre gestores e funcionários é um bom ponto de partida" (FILEV, 2015)

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Renovação

Segundo a professora da IBE-FGV e especialista em Recursos Humanos Beth Johann, "Ninguém sai de uma empresa que tem um bom ambiente, uma chefia profissional e um bom salário. O funcionário só sai se algo não estiver funcionando bem" (JOHANN, 2013), ou seja, diversas transformações da sociedade, aliadas à globalização e às novas tecnologias, mudaram também a concepção de trabalho e a relação entre empregado e empregador, é necessário que as organizações comecem a mudar para se adaptar ao atual modelo de relacionamento entre empresa e funcionário, que envolve bom desempenho, aumento da produtividade e felicidade no ambiente de trabalho.

Ainda segundo Beth Johann, as mudanças no perfil do trabalhador também imprimiram uma nova postura às empresas e seus administradores,

"antes, o executivo mandava como queria. Hoje, a situação mudou. Ele deve ser um motivador, apresentar ideias, propor soluções, saber ouvir, contornar e negociar. Ele tem que ser mais flexível e conhecer além de si, o chefe autoritário não tem mais espaço. Essa é uma realidade em que as empresas precisam se enquadrar" (JOHANN, 2013).

Líderes atuais controlam processos, incentivam a liberdade e a autonomia da equipe.

Endomarketing

O endomarketing é uma atividade estratégica utilizada por grandes empresas para suprir todas as necessidades, tanto gerencial, visando a empresa como um todo, quanto para os colaboradores, ao fazerem de fato parte da empresa. O objetivo do endomarketing é "facilitar e realizar trocas construindo relacionamentos com o público interno, compartilhando objetivos da organização, harmonizando e fortalecendo estas relações" (BEKIN, 1995, p. VIII).

É importante que os gestores olhem para os colaboradores como clientes, antes de olhar para os consumidores externos, existe a famosa boca a boca, um colaborador insatisfeito pode danificar a imagem da empresa para outras pessoas, e o prejuízo é imensurável.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

"Para fazer que o mercado externo responda positivamente aos estímulos que lhe são dirigidos, a empresa terá que garantir que seu mercado interno - colaboradores/empregados - seja capaz de cumprir as promessas feitas aos consumidores. O esforço interno para que isso aconteça depende de vários fatores, tais como: tarefas estimulantes e ambiente de trabalho motivado" (VILHENA, 2014).

A importância do investimento nessa estratégia gira em torno da influência dos colaboradores dentro da própria empresa – eles possuem contato diário com todos os processos e isso os torna mais aptos para opinar e influenciar pessoas a respeito da marca de modo geral. Dessa forma, o ENDOMARKETING passa a ser uma ferramenta de auxílio na busca pela valorização das pessoas o endomarketing precisa motivar os colaboradores, fazendo com que eles realmente se sintam uma parte importante dentro da empresa.

RH e Marketing

Trata-se de uma junção de ações entre RH e o setor de marketing da empresa. O RH precisa se atentar as necessidades dos seus colaboradores, transformando problemas em possibilidades de melhora e trabalhando para garantir o melhor ambiente de trabalho para eles.

Para isso, o RH e o time de marketing precisam juntar forças e trabalhar em cima da interação do colaborador com a empresa, desenvolvendo atividades no dia a dia que resultam em uma maior motivação da equipe: ações que estimulam a participação da família junto à empresa, treinamentos para capacitar os funcionários e os tornarem cada vez mais hábeis e preparados para encarar as atividades do dia a dia, troca de experiências entre os colaboradores, valorização do desempenho individual e da equipe, mostrando a percepção positiva da empresa a respeito do bom trabalho desenvolvido pelo time

"O RH é a principal ferramenta para otimizar todos os processos e trazer os colaboradores para perto dos negócios, transformando-os em peças fundamentais para o desempenho da empresa. É necessário entender que um colaborador satisfeito traz inúmeros benefícios para a empresa. Afinal, a motivação e produtividade são otimizadas e isso transforma os resultados no fim do mês, sempre em uma escala crescente de desempenho da equipe e dos negócios." (CONTENT, 2015)

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Contribuição do Profissional de Recursos Humanos no Programa de Endomarketing.

O treinamento é qualificado como educação, transmissão de valores necessários a todo o trabalho em equipe que implicam a possibilidade de desenvolvimento profissional e humano. O profissional de RH deve detectar as necessidades da empresa para seu crescimento e a avaliação das expectativas dos colaboradores.

Os planos de carreira são válidos para o endomarketing, à medida que contêm as funções do cargo em questão, as qualidades para exercê-lo, a atitude desejável e o objetivo final da empresa. Os planos de carreira devem estar abertos a mudanças e atualizações e de acordo com a cultura organizacional da empresa. O profissional de RH deve estar atento às mudanças organizacionais e propor planos de carreira atualizados.

O líder trabalha com o grupo e para o grupo, tem perfil democrático, divide responsabilidades, delega poderes, dialoga e ouve. Assim, surge a necessidade e o desafio de ensinar aos líderes como tratar o ser humano. A liderança é considerada um meio de focar e motivar o grupo para o alcance de seus objetivos. O profissional de RH trabalha no desenvolvimento de líderes, conceituando líder aquele que dá sustentação a seu grupo.

O perfil dos candidatos para cada posição deve ser preparado de acordo com a filosofia e objetivos da empresa. O profissional de RH precisa apresentar um amplo conhecimento da empresa e dos cargos em questão. (SILVA, 2016)

Segundo Rosana Marques da Silva (2016)

"o profissional de RH utiliza as várias técnicas do endomarketing, ao segmentar as funções, o conceito e a prática de cliente interno, objetivando melhorar o ambiente profissional; ao explorar os talentos individuais; ao incentivar o trabalho em equipe, propiciando resultados significativos no tratamento com os clientes externos e ao desenvolver um sistema de comunicação que auxilie os membros organizacionais no cumprimento de suas atividades a nível excelente. O profissional de RH precisa estar atento, prever as tendências do mercado e apresentar as melhores soluções que se enquadrem à cultura organizacional."

Benefícios do endomarketing

O endomarketing, indiretamente, auxilia no aumento considerável de renda dentro da empresa – quando os colaboradores estão mais felizes com o lugar onde trabalham, seu

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

rendimento é melhor e eles se encontram mais dispostos. Isso diminui certos gastos dentro da empresa e aumenta os resultados positivos.

Colaboradores mais motivados: A motivação dos funcionários aumenta consideravelmente ao perceberem que estão inseridos em um ambiente que se preocupa com a qualidade de trabalho e bem-estar.

Otimização da produtividade: Quando os colaboradores se sentem mais motivados e satisfeitos com o seu trabalho, eles o executam de uma forma melhor, com atitude mais proativa e garantindo os melhores resultados para o negócio.

Menor rotatividade de funcionários: Ao perceber que está inserido em um ambiente de trabalho que preza pela qualidade e bem-estar dos colaboradores, poucos se mostram dispostos a deixar a empresa – não pensando apenas no salário, mas pela importância que a empresa dá para todos os seus funcionários.

Considerações finais

Os colaboradores querem fazer parte da empresa, não apenas receber o salário no final do mês, mas contribuírem com ideias a fim de proporcionar melhorias para os colaboradores e para a empresa com a alta de produtividade. Eles devem sentir-se satisfeitos com seu ambiente de trabalho e com os relacionamentos com seus colegas de trabalho em todos os níveis hierárquicos, bem como seu relacionamento com seu empregador como uma organização.

Colaboradores satisfeitos geram clientes satisfeitos. E a satisfação do cliente aumenta a satisfação do colaborador em relação a sua própria atividade, gerando um círculo virtuoso.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

Referências

ANGELOTTO, R. **Endomarketing**: uma nova solução para velhos problemas organizacionais. Publicado em: 17 de fevereiro de 2014.

BISPO, P. **10 bons motivos para investir no endomarketing**. Publicado em: 05 de março de 2013. Disponível em: <<http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Dicas/8414/10-bons-motivos-para-investir-no-endomarketing.html>> Acesso em: 10 de setembro de 2016.

BRUM, A.M. **Respirando EndoMarketing**. 4ed. L&PM, 2003. 144p.

CAMPOS, A. C. P. **Endomarketing**: o cliente interno é a chave do sucesso. Publicado em: 11 de julho de 2012.

CAMPOS, W. **O que é e para que serve o Endomarketing?**. Publicado em: 09 de junho de 2009.

CARVALHO, M. C. O; PESTANA, E. S. **Endomarketing**: a estratégia para o sucesso das organizações.

CONTENT, R. **O que é endomarketing?** Publicado em: 30 de setembro de 2015.

COSTA, D. **Endomarketing Inteligente**: A empresa pensada de dentro para fora. 2 ed. S. Paulo: Dublinense, 2014. 144p.

EU-OSHA agência europeia para segurança e saúde no trabalho. **Riscos psicossociais e stresse no trabalho**. Publicado em: 2016. Disponível em: <<https://osha.europa.eu/pt/themes/psychosocial-risks-and-stress>> Acesso em: 11 setembro 2016.

GLOBO. **Estresse é um dos fatores que mais causa afastamento e falta no trabalho**. Publicado em: 08 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/concursos-e-emprego/noticia/2016/08/estresse-e-um-dos-fatores-que-mais-causa-afastamento-e-falta-no-trabalho.html>> Acesso em: 31 de agosto de 2016.

GUNKEL, N. **As 11 maiores causas de estresse no trabalho**. Publicado em: 13 de outubro de 2015.

MARQUES, J. R. **Rotatividade de funcionários**: Entenda as causas. Publicado em: 23 de junho de 15.

MATOS, G.G. **A cultura do diálogo**. Elsevier, 2006.

MENDES, D.A.S.R. **EndoMarketing como ferramenta de comunicação com o público interno**. Publicado em: 11/2004.

NETO, P. F. N. **A Importância Do Endomarketing Na Empresa Moderna**. Publicado em: 18 de junho de 2009.

PIERRE, R.R. **Entendendo o Endomarketing**. Publicado em: 02 de setembro de 2015.

SEBRAE NACIONAL. **Dez dicas práticas para conquistar a parceria dos funcionários**. Publicado em: 22/05/2015. Disponível em:

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017 - ISSN 2177-4641

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dez-dicas-praticas-para-conquistar-a-parceria-dos-funcionarios,2de2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 28 maio 2016.

SEBRAE NACIONAL. **Entenda o que é turnover e o impacto da rotatividade no negócio.** Publicado em: 08/01/2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-turnover-e-o-impacto-da-rotatividade-no-negocio,44e08fa0672f0510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 28 maio 2016.

SEBRAE NACIONAL. **Quer fazer o seu negócio evoluir? Invista nas pessoas.** Publicado em: 06/06/2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/quer-fazer-o-seu-negocio-evoluir-invista-nas-pessoas,2ac3438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 28 maio 2016.

SILVA, R. M. **Integrando RH no conceito de marketing.** Disponível em: <<http://www.guiarh.com.br/p89.html>> Acesso em: 31 de agosto de 2016.

VASCONCELOS, L.R. **Planejamento de Comunicação Integrada.** 1 ed. Summus, 2009.

VIEIRA, J. **Mercado de trabalho: Especialistas apontam o perfil do novo trabalhador.** Publicado em: maio de 2013. Disponível em: <<http://blogdovieirajunior.blogspot.com.br/2013/05/mercado-de-trabalho-especialistas.html>> Acesso em: 31 de agosto de 2016.

VILHENA, J. B. **Ajudando a área de RH a fazer marketing.** Publicado em: 07 de agosto de 2014.