



PRÁTICAS DE ENDOMARKETING E GESTÃO DE PESSOAS: RELATO DE EXPERIÊNCIA EM UMA EMPRESA FAMILIAR

Gabriella Neves Goes; Joara Helena Alves Galli; Luciana Zanelato da Silva
Centro de Ciências Humanas, Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO)
gabriella.ngoes@gmail.com joaragalli@gmail.com luciana.zanelato@gmail.com

Devida a alta concorrência presente no mundo corporativo, as empresas têm buscado alternativas competitivas que as possam diferenciar dentro de um mercado cada vez mais acirrado. Muitas organizações já perceberam que para alcançar o cliente externo, primeiro é imprescindível que se alcance o cliente interno, e é neste contexto que surge o endomarketing, como estratégia de gerenciamento de pessoas, o qual propicia ao indivíduo - colaborador, uma melhor compreensão a respeito da cultura da empresa de maneira homogênea, fazendo com que os colaboradores, independentemente do nível que se encontrem, compartilhem dos mesmos valores. Vale mencionar que as práticas de endomarketing têm caráter holístico e interativo, sendo que os reflexos destas, poderão se estender ao nível familiar e social do colaborador e que as consequências serão refletidas em motivação, comprometimento e aumento da produtividade e qualidade de serviços e bens. Diante deste cenário, o presente trabalho tem como propósito apresentar as práticas de endomarketing realizadas no Estágio em Psicologia Organizacional e do Trabalho em uma empresa familiar de pequeno porte no ramo alimentício, localizada no interior do Estado de São Paulo. Além dos processos de gestão de pessoas já existentes como recrutamento, seleção e integração de pessoal, avaliação de desempenho, treinamentos técnicos e comportamentais, ouvidoria, pesquisa de satisfação interna e externa; as estagiárias planejaram e executaram ações de endomarketing para aproximadamente 60 colaboradores, sendo que no primeiro semestre de 2019 investiram em eventos e preparação de datas especiais como: Dia do Colaborador-Aniversariante, Dia da Mulher, Páscoa, Dia do Trabalhador e Dia das Mães; já no segundo semestre foi dedicado ao Dia dos Pais, Setembro Amarelo, bem como está programada a realização do evento Outubro Rosa, Novembro Azul e Confraternização de final de ano. As ações de forma geral constituem em elaboração de cartazes, poemas ou informativos que são fixados no mural, bem como os colaboradores são convidados a participarem na sala de treinamento da empresa para comemorações das datas especiais, com entrega de presentes personalizados como forma de homenageá-los, aplicação de técnicas vivenciais, atividades reflexivas, apresentação de vídeos de curta metragem, rodas de conversa, com o intuito de também informá-los sobre aspectos importantes quanto à prevenção e promoção da saúde de forma mais específica sobre depressão, suicídio, câncer de mama e de próstata. Portanto, pode-se concluir que as técnicas adotadas para as práticas de endomarketing foram eficazes e condizentes com a cultura organizacional, e por também ser uma organização com características de empresa familiar, buscam humanizar as relações de trabalho e reconhecer o desempenho de seu quadro de colaboradores. Portanto, notou-se o endomarketing atingiu o objetivo proposto na busca de valorização e o desenvolvimento dos seus colaboradores, além de propiciar maior comprometimento,

empoderamento, satisfação e engajamento profissional. Outro ponto que vale destacar é que as práticas de estágio também contribuíram de forma positiva para o aprendizado das estagiárias e desenvolvimento de habilidades e competências profissionais, as quais conseguiram de forma assertiva, relacionar a teoria com a prática.

Palavras-chave: Endomarketing. Gestão de Pessoas. Práticas de estágio.

Eixo: Práticas em Psicologia Institucional

Categoria: Paineis