



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018
FACULDADE MARIA MILZA



A PRÁTICA DO ENDOMARKETING EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS NA CIDADE DE CRUZ DAS ALMAS – BAHIA

Luis Henrique da Paz Silva^{*}
Suzane Figueiredo Casas^{**}
Fabio Roberto Silveira Santos^{***}

As organizações vêm ganhando destaque e se tornando um componente especial no cenário atual ao qual estão inseridas onde a participação dos colaboradores gera debate corrente, no que tange a conquista de melhores resultados na gestão organizacional. Nesse contexto, a comunicação interna é prioritária, afinal é esta a responsável por construir condições necessárias para que a empresa possa alcançar o sucesso e a competitividade necessária no mercado atual. Neste cenário o endomarketing trata-se de uma nova realidade, de um mercado voltado para o cliente interno e criação de valor aos serviços prestados a eles. Tendo como função promover a interação de todas as pessoas de dentro da empresa. A partir do exposto o presente trabalho tem como objetivo geral analisar como as ações de endomarketing praticadas em uma rede de supermercados na cidade de Cruz das Almas – BA pode contribuir para a redução do turnover. Especificamente pretende descrever como o endomarketing é praticado na empresa estudada; identificar a percepção dos colaboradores e gestores em relação às práticas do endomarketing aplicados na empresa; avaliar a efetividade dos projetos de endomarketing em relação ao turnover da empresa. Quanto aos pressupostos metodológicos a pesquisa classifica-se como um estudo de caso, de natureza exploratória e descritiva com abordagem qualitativa. Para obtenção dos dados será aplicado questionários aos funcionários e gestor do estabelecimento, fazendo-se necessário o levantamento bibliográfico para compreensão antecipada do universo em estudo, com o propósito de compreender e explicar o problema que foi determinado. Espera-se com a pesquisa socializar como as ações de endomarketing desenvolvidas poderão contribuir para a redução do turnover e na prática de gestão organizacional.

Palavras-chave: Endomarketing. Competitividade. Turnover. Gestão.

^{*} Graduando em administração da Faculdade Maria Milza (FAMAM). tsmi.henrique@hotmail.com.

^{**} Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela FAMAM; Docente do Bacharelado em Administração na FAMAM. suzanefcasas@gmail.com

^{***} Especialista em Gestão Estratégica e Negócios pela FACEBA; Docente do Bacharelado em Administração na FAMAM. fabioroberto.silveira@hotmail.com