

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PADRE CARLOS LEÔNCIO DA SILVA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

**ENDOMARKETING: Prevalência da qualidade de vida nas
microempresas de embalagens plásticas**
*Endomarketing: Prevalence in quality of life in plastic packaging
micro-enterprises*

Alice Amorim Gonçalves¹
Brenda Elisa da Silva Ribeiro²
Lívia Maria de Aquino Pereira³
Prof. Me Deyse Sene de Melo Souza⁴

Resumo

O endomarketing é uma estratégia empresarial que tem ganhado cada vez mais relevância nos últimos anos, especialmente quando se trata de microempresas. Isso se deve ao fato de que, em um mercado cada vez mais competitivo, a fidelização dos colaboradores e a melhoria da qualidade de vida no ambiente de trabalho são essenciais para a sustentabilidade dos negócios.

Nesse contexto, este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo investigar a relação entre o endomarketing e a prevalência da qualidade de vida nas microempresas de embalagens plásticas. Para isso, será realizada uma revisão bibliográfica sobre os conceitos, bem como sobre a importância da qualidade de vida nas organizações. Além disso, será analisado o caso de uma empresa para evidenciar o tema abordado.

Ao final, espera-se contribuir para a compreensão da importância do endomarketing na promoção da qualidade de vida nas microempresas de embalagens

¹ Técnico em [Administração] – Etec Padre Carlos Leôncio da Silva. alice.goncalves3@etec.sp.gov.br

² Técnico em [Administração] – Etec Padre Carlos Leôncio da Silva. brenda.ribeiro12@etec.sp.gov.br

³ Técnico em [Administração] – Etec Padre Carlos Leôncio da Silva. livia.pereira30@etec.sp.gov.br

⁴ Professor da Etec Padre Carlos Leôncio da Silva. deysene@hotmail.com

plásticas, oferecendo subsídios para que gestores possam implementar essa estratégia em suas empresas e, assim, obter vantagem competitiva no mercado.

Palavras-chave: Endomarketing. Qualidade de vida. Ambiente de trabalho.

Abstract

Endomarketing is a business strategy that has gained increasing relevance in recent years, especially when it comes to micro-enterprises. This is due to the fact that, in an increasingly competitive market, the loyalty of employees and the improvement of quality of life in the workplace are essential for business sustainability.

In this context, this course completion paper aims to investigate the relationship between endomarketing and the prevalence of quality of life in plastic packaging micro-companies. For this, a literature review will be carried out on the concepts, as well as on the importance of quality of life in organizations. In addition, the case of a company will be analyzed to highlight the theme addressed.

At the end, it is expected to contribute to the understanding of the importance of endomarketing in promoting the quality of life in micro-enterprises of plastic packaging, offering subsidies for managers to implement this strategy in their companies and thus obtain a competitive advantage in the market.

Keywords: Endomarketing. Quality of life. Desktop.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso abordará o problema de: Como a falha das aplicações de endomarketing pode influenciar na qualidade de vida dos colaboradores das microempresas de embalagens plásticas?

O objetivo geral é mostrar como a boa aplicação do endomarketing influencia na qualidade de vida das microempresas do ramo plástico. Por outro lado, o objetivo específico sucederá em estudar as falhas de endomarketing em uma microempresa, investigar a satisfação em relação a qualidade de vida dos colaboradores e desenvolver orientações e recursos com base nos dados e pesquisas.

Em síntese, tem como objetivo destacar a importância da qualidade de vida para o sucesso das empresas, uma vez que um colaborador desmotivado pode impactar negativamente o clima institucional. Diante disso, torna-se fundamental investir em ferramentas de endomarketing que permitam fortalecer a boa convivência e saúde mental dos trabalhadores. Isso vai oferecer um bom projeto de endomarketing, as organizações poderão melhorar sua relação com os membros da equipe, deixando-os mais satisfeitos e realizados.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Gestão de Pessoas

2.1.1 O que é

Entende-se por modelo de gestão de pessoas a maneira pela qual uma empresa se organiza para gerenciar e orientar o comportamento humano no trabalho. Para isso, a empresa se estrutura definindo princípios, estratégias, políticas e práticas ou processo de gestão. (FISCHER, 2002, p. 12)

Nos últimos anos, a área de gestão de pessoas vive a constante tensão entre incentivar a individualização que faz com que o funcionário se dedique ao extremo à organização e a busca de sinergia coletiva, por meio do estímulo ao trabalho em equipe. Ao mesmo tempo, ela desenvolve programas de recompensas com base em metas individuais que estimulam a competição entre as pessoas.

2.1.2 O que faz

“A função da área de recursos humanos como agente de mudança é catalisar os esforços de transformação organizacional para que ela se torne mais competitiva”. (CHÉR, 2023, p.17)

Ao citar o gerenciamento de pessoas, os colaboradores são direcionados por gerentes que realizam seus papéis como staffs e assessores. Tais gerentes tendem a executar o ensinamento de acordo com as normas da cultura da organização, mantendo também a política de ética.

2.1.3 Importância

“A Gestão de Pessoas tem sido a responsável pela excelência das organizações bem-sucedidas e pelo aporte de capital intelectual que simboliza, mais do que tudo, a importância do fator humano em plena Era da Informação”. (CHIAVENATO, 2014, p. 09)

De forma clara e objetiva, é notório os fatores essenciais de êxito no desenvolvimento da equipe de trabalho, e se executados corretamente, são capazes de manter o bom desenvolvimento dos resultados dos negócios. Manter o esquadrão de trabalho em sintonia se faz importante por cuidar e alavancar os trabalhadores, de maneira que sejam recompensados de maneira satisfatória.

2.1.4 Teorias de autores renomados

Segundo Chiavenato (2014), com a globalização dos negócios e o intenso desenvolvimento tecnológico, o forte impacto das mudanças e das transformações, está surgindo uma eloquente constatação na maioria das organizações: o grande diferencial e a principal vantagem competitiva da empresa decorre das pessoas que trabalham nela.

2.2 Endomarketing

2.2.1 Significado

O sentido de algo voltado para dentro, de interiorização, é dado pelo próprio significado de *endo*. Aí temos a palavra grega *éndon*, que significa em, para dentro, dentro de, exprimindo a posição ou a ação no interior de algo, o movimento de algo que caminha para dentro de si mesmo. (BEKIN, 1995, p. 2)

2.2.2 O que é

“O endomarketing pode ser definido, hoje, como todo e qualquer movimento que uma empresa faz no sentido de atrair, integrar, engajar e reter talentos” (Brum, 2010, p. 12)

Assim, entende-se que o endomarketing é a prática utilizada para manter seus clientes internos interessados e engajados.

“Um processo cujo foco é sintonizar e sincronizar, para implementar e operacionalizar, a estrutura de marketing da empresa ou organização que visa ação-para-o-mercado” (BEKIN, 1995, p. XVII)

Dessa forma, existem inúmeras funções para que o endomarketing exista e seja aplicado, influenciando diretamente o mercado.

“A finalidade do endomarketing é alinhar os princípios e valores da empresa com os dos funcionários”. (GHIGLIONE, 2005, p. 35)

Dessa forma, pode-se afirmar que o endomarketing consiste na integração entre funcionário e empresa, através de estratégias e métodos modernos que

mantenham os colaboradores sempre informados e alinhados aos valores da organização em que atuam.

2.2.3 Importância

Para Conpani e Ventavoli (2017), se um colaborador não estiver contente com seu ambiente de trabalho, ele fará com que os clientes externos não comprem a ideia do produto, afastando seus consumidores, gerando prejuízos para a empresa.

Se ele estiver insatisfeito, ele falará mal da empresa, o que levará à perda de clientes, mas se ele estiver satisfeito irá "vendê-lo" para o público externo, então é muito importante que o empregado se sinta bem-motivado e responsável pelo bom desempenho e sucesso da empresa. (CONPANI; VENTAVOLI, 2017, p.8)

Conforme Filho; Passos; Pereira (2013) o endomarketing é importante para dar ao colaborador a consciência, a finalidade e o motivo de suas ações. Isso fará com que ele participe ativamente da construção da marca e da reputação da empresa, enfatizando a diferença entre empregado e máquina.

Quando suas necessidades básicas não estão atendidas, ela passa a se preocupar com elas, se despreocupando das necessidades mais elevadas, da qual formam parte as necessidades de auto-realização, estima e sociais das quais depende o comprometimento. (GHIGLIONE, 2005, p. 39)

Desse modo, o autor relaciona a motivação no trabalho à ideia de ter suas necessidades supridas. Isto é, os indivíduos precisam estar despreocupados com os outros âmbitos de suas vidas, para que se engajem verdadeiramente em suas funções. Além disso, é essencial que tenham uma boa autoestima, implicando diretamente em seus resultados.

2.2.4 Princípios

Bekin (1995) aponta que o endomarketing se fundamenta em três premissas básicas, que afirmam: Estamos num mercado orientado para o cliente; Funcionários têm expectativas; Excelência de serviços para os clientes e gerenciamento são mais significativos do que elogios vazios.

Dessa forma, com enfoque na qualidade de vida dos colaboradores, o autor afirma que os mesmos são ativos valiosos e que:

“[...] devem ser tratados como clientes e valorizados como pessoas”. (BEKIN, 1995, P. 40)

O que enfatiza a humanização presente através do endomarketing. Sabendo que é extremamente ultrapassado o estigma da interpretação de funcionários como máquinas e que isso só gera atrasos tanto para as pessoas quanto para as empresas.

2.2.5 Objetivo

“Facilitar e realizar trocas construindo relacionamentos com o público interno, compartilhando os objetivos da empresa ou organização, harmonizando e fortalecendo estas relações” (BEKIN, 1995, p. XVII)

Isso representa a necessidade da harmonia entre as mentes dentro de um ambiente organizacional, para facilitar a realização de todos os processos em equipe.

2.2.6 Teorias de autores renomados

Como aponta Brum (2017), gostar do trabalho que exerce é o estado emocional ideal para que uma pessoa deposite toda a sua energia naquilo que faz.

Para Brum (2010), manter seus funcionários felizes faz com que a empresa se torne um ambiente leve e adequado para se trabalhar, o que gera um clima organizacional bom com pessoas agradáveis. Sendo assim, o nível de produtividade da empresa aumenta e gera maiores ganhos.

2.2.7 Prática do endomarketing

De acordo com Martins (2008), ações como a elaboração de um diagnóstico com uma análise do ambiente interno, juntamente com uma avaliação do perfil dos colaboradores, são necessárias para traçar um plano de implementação de endomarketing eficaz.

Além disso, Martins (2008), indica alguns dos instrumentos que geralmente são utilizados para a aplicação do marketing, sendo os pôsteres, pesquisas de satisfação, materiais promocionais, painéis comerciais, jornais e até mesmo atividades festivas com os clientes. Assim, cabe à empresa decidir os métodos a serem utilizados, levando em consideração aspectos como o custo, a abrangência e a durabilidade de cada um.

2.3 Qualidade de vida no trabalho

2.3.1 Conceito

Qualidade de vida é um conceito multidimensional que envolve a percepção individual sobre diversos aspectos da vida, incluindo saúde física e mental, bem-estar emocional, relações sociais satisfatórias, realização pessoal e profissional, entre outros fatores.

“...a capacidade de desfrutar da vida, de forma plena e satisfatória, considerando as condições de vida e as expectativas individuais e sociais”. (ALVES, 2020, p. 56)

2.3.2 Objetivo

Segundo Sant’Anna (2012), a qualidade de vida tem como objetivo proporcionar maior humanização do trabalho, aumentando o bem-estar dos colaboradores e ajudando na resolução dos problemas.

2.3.3 Teorias sobre a qualidade de vida nas empresas

No conceito de Herzberg (1968) a qualidade de vida no trabalho é influenciada por dois tipos de fatores: fatores higiênicos (como salário e condições de trabalho) e fatores motivacionais (como reconhecimento e oportunidades de crescimento).

Já o pensamento de Kossek; Michel (2011), promove a ideia de que a qualidade de vida no trabalho pode ser melhorada através da adoção de práticas flexíveis de trabalho, como horários flexíveis, trabalho remoto e licenças.

As teorias apresentadas oferecem diferentes perspectivas e têm o objetivo de melhorar a qualidade de vida no trabalho e, portanto, são relevantes para gestores e profissionais que desejam promover um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo.

2.3.4 Importância

De acordo com Idalberto Chiavenato (2004), a qualidade de vida no trabalho é um fator determinante para o sucesso de uma empresa, uma vez que:

“[...] a qualidade de vida no trabalho é a base para o alcance de altos níveis de produtividade e competitividade.” (CHIAVENATO, 2004, p. 436).

Além disso, Chiavenato destaca que a qualidade de vida no trabalho é um fator importante para a satisfação e motivação dos trabalhadores, e que pode influenciar diretamente em sua produtividade.

Em resumo, investir em um ambiente de trabalho saudável, agradável e valorizador pode trazer benefícios significativos para as empresas, os trabalhadores e a sociedade como um todo.

2.3.5 Vantagens

Pontua-se que a qualidade de vida no trabalho pode contribuir para a redução de problemas de saúde relacionados ao trabalho, como o estresse e o esgotamento profissional (burnout). De acordo com Chiavenato, a promoção da qualidade de vida no trabalho é fundamental para evitar o estresse ocupacional, que pode acarretar sérios problemas de saúde física e mental.

[...] gerar uma organização mais humanizada, na qual os trabalhadores envolvem simultaneamente relativo grau de responsabilidade e de autonomia no nível de cada cargo, com recebimentos de recursos de feedback sobre o seu desempenho, mas com tarefas adequadas a cada membro e variedade com enriquecimento pessoal do indivíduo. (CARVALHO, 2009, p.33)

Dessa forma, os trabalhadores passarão a ser foco de um olhar mais humano, que os colocará em um ambiente de autonomia, a fim de que possam reconhecer suas responsabilidades e os impactos de suas ações dentro do ambiente organizacional. Ainda neste âmbito, é importante abordar que:

As principais vantagens apontadas por especialistas no assunto são a flexibilidade de horários que o trabalhador pode adotar, a diminuição considerável dos congestionamentos, o ganho de tempo para estar próximo da família e a possibilidade de encontrar tempo para atividades esportivas. (LEITE, 2020, p. 25)

Portanto, essas práticas se relacionam ao cotidiano e à forma com que os indivíduos organizam suas demandas tanto pessoais quanto profissionais, implicando na adição de cuidados pessoais e práticas esportivas na rotina dos mesmos.

2.3.6 Falhas

Muitas empresas ainda apresentam falhas na qualidade de vida no trabalho, o que pode trazer consequências negativas tanto para os trabalhadores quanto para a organização como um todo. Essas falhas podem incluir desde condições inadequadas de trabalho até a falta de oportunidades de desenvolvimento profissional e pessoal. Este tema é relevante para a compreensão dos desafios enfrentados pelos trabalhadores no ambiente de trabalho e para a identificação de medidas que possam ser adotadas para melhorar a qualidade de vida no trabalho.

[...] certas atividades empresariais, atribuindo-se título de programas de QVT, constituem-se apenas em esquemas de manipulação, baseados em abordagens simplistas e míopes relativamente ao comportamento humano nas organizações. (KALBUSCH, 2011, p. 11).

Portanto, nota-se que uma das falhas na implantação de programas de QVT é o desvio ético, como em casos em que as empresas utilizam os métodos como pretexto para manipular e direcionar a conduta dos indivíduos dentro das empresas.

2.4 Relação entre Endomarketing nas empresas e Qualidade De Vida

O endomarketing é uma estratégia de comunicação interna que busca promover ações de marketing voltadas para o público interno das empresas, ou seja, seus colaboradores. A ideia é criar um ambiente de trabalho mais agradável e motivador, fortalecendo a cultura organizacional e promovendo a qualidade de vida dos funcionários.

Diversos estudos têm demonstrado que o endomarketing bem aplicado está diretamente relacionado com a qualidade de vida nas empresas. Ademais, a boa aplicação de estratégias ajuda a melhorar a satisfação dos funcionários em relação ao ambiente de trabalho e à qualidade de vida no trabalho.

Desse modo, pode-se afirmar que quando as empresas não se preocupam em comunicar de forma clara e efetiva seus objetivos, valores e ações aos colaboradores, isso pode gerar um sentimento de desconfiança e desinteresse por parte dos mesmos. Além disso, a falta de reconhecimento e valorização por parte da empresa pode gerar desmotivação e até mesmo afetar a saúde mental dos funcionários.

Em microempresas de embalagens plásticas, onde a carga de trabalho pode ser elevada e os recursos podem ser limitados, é ainda mais importante investir em ações de endomarketing para garantir a qualidade de vida dos colaboradores. A comunicação clara e transparente, o reconhecimento dos esforços e o oferecimento de benefícios e vantagens são algumas das formas de melhorar a satisfação dos trabalhadores e contribuir para sua qualidade de vida no trabalho.

Portanto, é fundamental que as empresas plásticas de pequeno porte invistam em estratégias de endomarketing efetivas, para garantir um ambiente de trabalho saudável e agradável, trazendo benefícios que envolvem a satisfação, saúde, bem-estar e motivação.

3 PESQUISA DE CAMPO

3.1 Metodologia

Para desenvolvimento inicial, utilizamos a técnica de pesquisa bibliográfica a respeito de autores renomados dentro da área de endomarketing, a fim de compreender de forma precisa os conhecimentos apresentados no artigo.

Em seguida, realizamos uma pesquisa de campo, por meio da coleta e separação de dados estatísticos para análise com utilização de questionários qualitativos, de forma exploratória.

Por fim, desenvolvemos um projeto de orientação com base nas pesquisas e dados coletados. Além disso, realizamos considerações e propostas de melhoria, aplicando os conceitos reunidos na pesquisa bibliográfica.

3.2 Análise e discussão dos resultados

Os dados apresentados foram coletados em uma pesquisa de campo na empresa no ramo de embalagens plásticas, localizada na cidade de Lorena – SP.

O estudo abrangeu um público de diversas faixas etárias e gêneros, tendo 16 respostas, com o intuito de analisar a aplicação do endomarketing e seus impactos na qualidade de vida dos colaboradores desta organização.

Gráfico 1 - Valorização dos colaboradores dentro da empresa.



Fonte: do próprio autor (2023)

Os entrevistados deram suas opiniões e, de forma geral, relataram que a empresa se posiciona de maneira moderada, cumprindo com o que é proposto, mas com alguns pontos de melhoria em relação à valorização e ao reconhecimento dos esforços dos trabalhadores.

Gráfico 2 - Motivação nas atividades atribuídas diariamente.

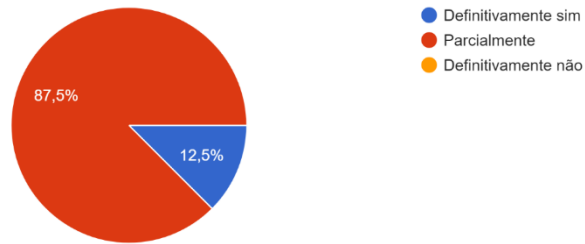


Fonte: do próprio autor (2023)

Como demonstra o gráfico, a maioria das pessoas se sente motivada a trabalhar nesta empresa, entretanto, a divergência de opiniões apresenta posteriormente que este tópico tende a decair de acordo com o setor analisado.

Gráfico 3 - Condições gerais de trabalho.

A empresa oferece condições adequadas de trabalho (espaço físico, equipamentos, etc.)?
 16 respostas

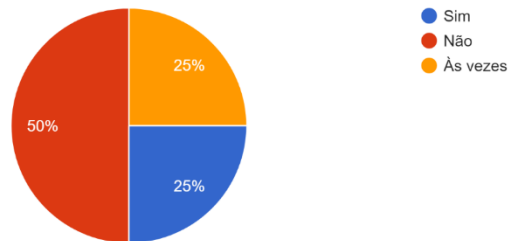


Fonte: do próprio autor (2023)

A partir desses resultados, nota-se que a organização se encontra em um nível básico de condições adequadas de trabalho, não saindo do padrão esperado, tanto positiva quanto negativamente.

Gráfico 4 – Meios de incentivo dos colaboradores.

A empresa oferece benefícios e programas de incentivo aos funcionários?
 16 respostas



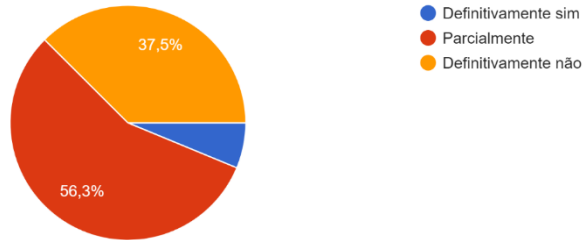
Fonte: do próprio autor (2023)

Com base nesta análise, observa-se que esta é uma falha pontual na aplicação do endomarketing neste ambiente organizacional, já que a maioria das respostas quanto ao oferecimento de programas de benefícios e incentivos foi negativa.

Gráfico 5 - Eficácia da comunicação interna.

Na sua opinião, a comunicação entre líderes e funcionários é eficiente e clara, contribuindo para a motivação e bem-estar dos mesmos?

16 respostas



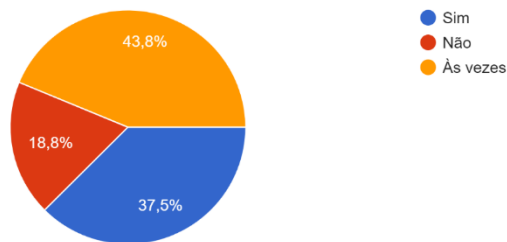
Fonte: do próprio autor (2023)

De acordo com o gráfico, percebe-se que a comunicação interna e, principalmente a liderança, estão defasadas, gerando desorganização e insatisfação em todos os setores da empresa. Este problema influencia diretamente na saúde mental dos trabalhadores, como relatado no Quadro 1.

Gráfico 6 – Prevenção e cuidado com a saúde dos colaboradores.

Você acha que a empresa promove ações para prevenção e cuidado com a saúde mental e física dos colaboradores?

16 respostas



Fonte: do próprio autor (2023)

Conforme o gráfico, a preocupação com a saúde mental e física dos colaboradores tem sido útil. Porém, apresenta resultados moderados que podem ser corrigidos e melhorados.

Quadro 1 – Clima organizacional

Você acha que o clima no seu ambiente de trabalho afeta sua qualidade de vida? De que forma (estresse, conflitos, bem-estar, etc.)?

16 respostas

Afeta quando pessoas de outro setor interfere no nosso setor

Sim, com toda certeza.

Afeta estresses, conflitos, bem estar e ansiedade

Sim, quando o trabalho está excessivo e ultrapassamos o horário de trabalho e de horas extras. O Esgotamento afeta a vida em vários aspectos.

Sim, quando está muito tumultuado, desorganizado, causa estresse.

Sim, porque quando o ambiente não está bom isso acaba de afetando negativamente, te desmotivando e fazendo com que você sempre esteja esgotada e acaba levando essa desmotivação para fora do ambiente de trabalho.

Sim, estresse, ansiedade, certos conflitos, afetam diretamente na saúde do funcionário.

Estresse, desorganização

Fonte: do próprio autor (2023)

De acordo com o quadro, o clima organizacional está defasado, de forma que atinge diretamente boa parte da vida dos colaboradores, gerando casos de estresse excessivo, ansiedade, conflitos internos, desmotivação e exaustão. Portanto, esses âmbitos necessitam de atenção especial e boas estratégias para a melhoria.

Quadro 2 – Qualidade de vida

No sentido de uma boa qualidade de vida, como você se sente trabalhando nesta empresa?

16 respostas

Sobre a empresa patrão não tenho o que questionar, pois me sinto insatisfeito com muitas atitudes atribuídas a situações que na minha posição e profissão como profissional que exerço, acho que deveria ter mais atenção e ser mais ouvida pelos líderes e não tendo atitudes e decisões tomadas isoladamente.

As vezes bem, as vezes esgotado mentalmente

...

Desmotivado

No Momento atual estresses, crises de ansiedade e desmotivação e falta de reconhecimento nos serviços prestados.

Nos últimos meses, estressada, desmotivada, esgotada, sobrecarregara etc.

No geral me sinto bem, porém nos últimos meses com tantas mudanças e falta de planejamento/organização parece que o serviço não flui, isso me causa um pouco de estresse às vezes.

Fonte: do próprio autor (2023)

Neste quesito, o nível de satisfação individual é moderado, entretanto a saúde mental dos trabalhadores está comprometida por diversos motivos, como falta de reconhecimento, planejamento e organização por parte dos líderes dentro da empresa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o referencial teórico, as pesquisas realizadas durante o trabalho e o caso estudado, foi possível analisar que a empresa do ramo plástico possui alguns pontos de melhoria em relação às estratégias de endomarketing, pois, de acordo com a pesquisa de campo, há alguns problemas que passam despercebidos e afetam diretamente a qualidade de vida dos colaboradores.

Por este fato, as ferramentas de endomarketing devem ser usadas de forma estratégica, a fim de preencher as lacunas no ambiente corporativo e nos modos de trabalho. Nesse sentido, trarão o aperfeiçoamento das questões intrínsecas e o fortalecimento das relações interpessoais, sendo fatores relacionados às boas condições de vida.

Desse modo, foi realizado um questionário com perguntas específicas relacionadas ao tema abordado, permitindo o desenvolvimento de recursos que podem auxiliar na solução desses problemas.

Em primeiro lugar, é fundamental preparar as lideranças para que sejam capazes de gerenciar processos, orientar pessoas e respeitar as diferenças individuais, motivando os colaboradores e proporcionando um ambiente de trabalho inspirador. Em seguida, é necessário estabelecer processos de comunicação eficientes, que facilitem o fluxo de informações e ideias, de forma direta e sincera, promovendo a transparência, evitando ruídos e mal-entendidos. Além disso, as práticas de feedback regulares e constantes também são cruciais, já que é uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento individual e coletivo dos colaboradores.

Em segundo lugar, é essencial valorizar os talentos internos através da adoção de políticas inovadoras de cargos e salários, bem como de estratégias efetivas que promovam a evolução profissional, oferecendo oportunidades reais de crescimento na empresa a fim de reter talentos. A oferta de benefícios diferenciados, relevantes e inovadores também desempenha um papel importante no endomarketing das

organizações, visto que esses benefícios devem ser pensados de acordo com as necessidades e expectativas dos colaboradores.

Por fim, ao implementar essas estratégias, as organizações têm maior probabilidade de alcançar um ambiente de trabalho saudável, produtivo e motivador, que promova a qualidade de vida e o sucesso tanto dos indivíduos quanto da empresa como um todo. Desse modo, é imprescindível tratar as pessoas como seres humanos únicos, levando em consideração seus talentos, habilidades e dificuldades e isso envolve uma abordagem individualizada e empática, criando um ambiente de trabalho inclusivo e acolhedor.

5 REFERÊNCIAS

ALVES, E. B. **Qualidade de vida e saúde mental:** um estudo com moradores de um bairro de Fortaleza. 2020. UFC, Fortaleza, 2020.

ARAÚJO, Renata. **A importância do treinamento para o desenvolvimento do trabalho.** São Paulo, O portal dos psicólogos, 2009.

ÁVILA, Lucas. **Gestão de pessoas.** Santa Maria. Rio Grande do Sul. Rede e-Tec Brasil, 2015.

BEKIN, Saul. **Conversando sobre endomarketing.** São Paulo, Makron Books, 1995.

BEKIN, Saul. **Endomarketing: como aplicá-lo com sucesso.** Pearson Prentice Hall. São Paulo. 2004.

BRUM, A. M; BRUM, A. M. **Endomarketing estratégico:** como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores, São Paulo, Integrare, 2017.

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

BRUM, A.M; MADALOSSO, A. **A experiência do colaborador:** da atração à retenção: como o endomarketing pode tornar única cada etapa da jornada do colaborador. São Paulo, Integrare, 2020.

CARDOSO, Larissa. **O endomarketing como visão estratégica em recursos humanos.** Lorena – SP, UNISAL, 2004.

CARVALHO, Renata Oliveira. **Qualidade de vida no trabalho:** práticas de endomarketing que motivam e ampliam a produtividade. UCAM, Rio de Janeiro, 2009.

CHÉR, Rogerio. **Gestão de pessoas:** entenda a sua importância para a empresa. São Paulo, Editora Endeavor, 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas:** O passo Decisivo Para a Administração Participativa. MAKRON Books, 3ª ed. São Paulo, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas.** 4ª ed. Barueri, São Paulo, Editora Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas:** O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações. 2ª Ed. Barueri, São Paulo. Editora Elsevier, 2004.

COMPANI, Elaine; VENTAVOLI, Fabíola. **Administrador:** Motive seus funcionários e aumente sua produtividade. 1º Edição, São Paulo, 2017.

DIAS, N. M. M. **Endomarketing como estratégia para a qualidade de vida no trabalho em uma empresa de tecnologia.** Revista de Administração e Inovação, 2020.

FILHO, E.P.F; PASSOS, G.S; PEREIRA, F.A. **Gestão e Tecnologia para a Competitividade:** A influência do endomarketing e da comunicação interna na cultura organizacional, 2013.

FISCHER, Luiz. **As pessoas na organização.** São Paulo, Editora Gente, 2002.

GHIGLIONE, Pablo. Marketing interno como ferramenta de motivação. Lorena – SP, UNISAL, 2005.

HERZBERG, F. **Mais uma vez:** Como você motiva os funcionários? Harvard Business Review, 46(1), 53-62, 1968.

KALBUSCH, A. **Entendendo a importância da qualidade de vida no trabalho.** 2ª Ed. Editora CRV, 2011.

KOSSEK, E. E; MICHEL, J. S. **Horários de trabalho flexíveis e produtividade:** Implicações para o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. In Human Resource Management Review. Elsevier, 2011.

LEITE, Luciano S. **Saúde mental no trabalho e atitude empreendedora [recurso eletrônico]**. São Paulo, Saraiva Educação, 2020.

LÚCIA, TERESA. **O endomarketing como ferramenta estratégica de gestão**. Instituto de Pesquisas Aplicadas e Desenvolvimento Educacional – IPADE. São Paulo. 2014.

MACKENZIE. **Assédio moral e assédio sexual: faces do poder perverso nas organizações**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, 2001

MARTINS, Paulo. **Endomarketing e a gestão estratégica de pessoas nas empresas**. Lorena – SP, UNISAL, 2008.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Estudos de direito**. São Paulo: LTr, 1998.

RIBEIRO, A. S. **Endomarketing e satisfação dos funcionários: um estudo de caso em uma empresa de transporte urbano**. Revista Brasileira de Marketing, 2019.

SANT'ANNA, Anderson de Souza. **Qualidade de vida no trabalho: fundamentos e abordagens**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2012.

SILVA, Mônica L.A. **Qualidade de vida no trabalho: uma análise da percepção dos funcionários de uma empresa de call center**. UFRGN, Natal, 2021.