



## **ENDOMARKETING COMO FERRAMENTA COMPETITIVA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL**

Kessia Lara Batista Correa  
kessia.lara@hotmail.com

Ms. Simone Teles da Silva Costa

**RESUMO: Introdução:** Observando o cenário atual do mercado de trabalho, a capacitação pessoal também conhecida como capital humano tornou-se um diferencial nas organizações, pois, a qualidade exigida pelos clientes na compra de produtos ou serviços pode ser alcançada com facilidade. Então para se destacar no mercado é necessário investir cada vez mais no capital humano. É através do capital humano que as pessoas tornam-se um diferencial competitivo com capacidade de promover o sucesso para as organizações, em um mundo globalizado, instável, mutável e fortemente concorrencial. Assim, para uma organização estruturada é fundamental que a empresa aplique o marketing interno ou endomarketing. O endomarketing surge como um marketing voltado para dentro das organizações, as empresas hoje por meio dessa ferramenta estão procurando fidelizar não só o cliente, como também fornecedores, colaboradores e demais pessoas relacionadas ao ambiente organizacional, e a partir disso conseguir uma forte vantagem competitiva através do momento em que o colaborador é tratado como um recurso importante para a organização. **Objetivo:** O objetivo geral da pesquisa é demonstrar o endomarketing como uma ferramenta competitiva no ambiente organizacional e o conjunto de instrumentos que caracterizam as práticas do marketing interno. **Metodologia:** O método de pesquisa utilizado foi através da pesquisa bibliográfica, baseada principalmente em análise de artigos científicos e livros que citam e discutem sobre o endomarketing como ferramenta competitiva no ambiente organizacional. **Resultados:** A pesquisa mostra que colaboradores que são tratados como peça fundamental produzem mais. Dentro do ambiente organizacional deve se ter a figura de um líder que auxilie nesse crescimento. **Considerações finais:** O Endomarketing é uma estratégia essencial de gestão de pessoas, as empresas precisam se manter atualizadas e com foco no público interno, pois o marketing interno é um dos grandes responsáveis pelo crescimento em muitas empresas. O presente trabalho busca contribuir com novas pesquisa por parte dos que se



interessarem em abordar o assunto tratado no artigo, o endomarketing, os quais poderão desenvolver novas pesquisas a fim de aprofundar a discussão sobre a temática.

**Palavras- chave:** Endomarketing; Marketing interno; Colaboradores.