

ENTENDIMENTO TEÓRICO DOS MICROEMPRESÁRIOS DO BAIRRO CENTRO, EM IGUATU-CE, SOBRE ENDOMARKETING.

O Endomarketing apresenta-se como importante estratégia a serviço das empresas na gestão estratégica das pessoas e na implantação de ideias, práticas e comportamentos organizacionais que a diferenciem no mercado de competitividade e de constantes transformações. Conseqüentemente, surge a seguinte problemática: qual a realidade de entendimento teórico de microempresários sobre endomarketing? O objetivo geral foi verificar o nível de entendimento teórico sobre endomarketing, por parte dos microempresários investigados. Especificamente visou analisar o entendimento quanto aos fundamentos do endomarketing, no contexto teórico e verificar a realidade de compreensão das implicações do endomarketing, no contexto de um empreendimento. O estudo foi realizado no município de Iguatu-CE, junto a 80 microempresários do bairro Centro, atendidos pelo Programa Negócio a Negócio do Sebrae, no período de março a setembro de 2016. O estudo é de natureza básica, exploratório e de abordagem quantitativa. Foi aplicado um questionário estruturado com parâmetros de respostas conforme uma escala de Likert. As informações coletadas foram analisadas através de distribuição de frequências relativa. Quanto ao entendimento em relação ao conceito de endomarketing, o mesmo é insatisfatório, pois 53,8% não foram capazes de concordar com uma enquete verdadeira sobre tal conceito. Já em relação ao sucesso da implantação do endomarketing está vinculado a motivação continua como forma de criar comprometimento e satisfação entre os colaboradores percebeu-se uma tendência ao desconhecimento dos gestores investigados, 55,7% ficaram indecisos enquanto 43% concordaram totalmente, analisando conjuntamente o parâmetro concordo a margem chega a 44,3%. A fundamentação do endomarketing na retenção de talentos para a empresa, observou-se que 53,8% dos investigados se mantiveram indecisos enquanto 43,8% concordaram totalmente ou parcialmente com a enquete. Já no indicador comunicação como elemento estratégico na relação com outras áreas empresariais a margem foi positiva, haja vista 71,3% terem concordado totalmente ou parcialmente. O endomarketing e conseqüentemente seu papel na gestão das microempresas também são desconhecidos da maior parcela dos gestores pesquisados. Apesar do desconhecimento do conceito, no que tange as variáveis relacionadas a contribuição do endomarketing para a competitividade e a gestão de pessoas, os gestores pesquisados apontam ser essas variáveis fundamentais para maior desempenho e desenvolvimento das microempresas.

Palavras-chave: Marketing interno; Gestão; Resultados.