



ANALISE DAS PRÁTICAS DE ENDOMARKETING VOLTADAS A EMPREGABILIDADE EM CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS NA REGIÃO DE MARINGÁ

Kelly Cristine Costa Cabral

Acadêmica do Curso de Administração do CESUMAR – Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Suzie Terzi

Orientadora e docente do Curso de Administração do CESUMAR – Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Está cada vez mais fácil perceber que o mundo organizacional vem sofrendo mudanças a uma velocidade assustadora e que os desafios do mundo globalizado estão conduzindo as organizações a um sentido de emergência quanto ao seu ajustamento e adaptabilidade, como condição para que sobrevivam no novo ambiente de negócios (Chiavenato, 2001). E é nesse cenário que então surge novos conceitos administrativos e novas ferramentas gerenciais voltados para auxiliar na busca da sobrevivência dessas organizações. Uma dessas ferramentas gerenciais é o Endomarketing: um conjunto de projetos e ações que uma empresa deve empreender, para consolidar a base cultural de seus funcionários, tendo por objetivo diversos pontos importantes, entre eles, a valorização e reconhecimento dos seus funcionários, peças fundamentais que contribuem para a excelência da empresa (Cerqueira, 1999). Além disso, um novo termo surge como forte tendência no Desenvolvimento Humano dentro das organizações: a empregabilidade, ou seja, a habilidade do empregado de ter um emprego (Bitencourt, 2004), afinal o emprego duradouro e em tempo integral com carteira assinada está nitidamente deixando de existir (Chiavenato, 2001). Por tudo isto, é que este trabalho busca estudar e analisar o Endomarketing e a Empregabilidade, e ainda verificar se os gestores das empresas concessionárias de automóveis da região de Maringá/Pr estão se utilizando das práticas de endomarketing voltadas para proporcionar a empregabilidade aos seus funcionários. Este trabalho voltou-se para o mercado de concessionárias de veículos, por ser um segmento bastante expressivo em Maringá/Pr, possuindo cerca de 10 empresas e empregando mais de 500 funcionários, além de ser um mercado que vende produtos com preços elevados, segundo informações das próprias concessionárias. O objetivo é de analisar a prática do Endomarketing voltado à Empregabilidade, para verificar se há preocupação com a importância do desenvolvimento humano por parte das Concessionárias, em relação aos seus funcionários, observando se elas unem a imagem empresarial com o benefício pessoal de seus empregados. Buscará o referencial teórico através da pesquisa exploratória-descritiva, baseado-se em autores renomados e conceituados. A técnica usada será o estudo de multi casos, avaliando as práticas do Endomarketing e o reflexo na Empregabilidade. A coleta de dados se dará através de roteiros de entrevistas aplicados aos Gerentes e Empregados das Concessionárias. Para a tabulação, os dados colhidos obedecerão critérios quantitativos e qualitativos de análise. Resultados Esperados: Estudar, através da pesquisa exploratória-descritiva, temas inovadores e importantes para a Ciência da Administração, como o Endomarketing e a Empregabilidade, altamente capazes de gerar resultados positivos às organizações como um todo, e ainda, verificar se há preocupação com a importância do desenvolvimento humano por parte das Concessionárias, em relação aos seus funcionários, observando se elas unem a imagem empresarial com o benefício pessoal de seus empregados. Conclusão: Levando-se em consideração que as Concessionárias vendem produtos de preços elevados, estima-se que elas possuam alguns diferenciais para poder atrair



seus clientes, como o comprometimento de todas as pessoas envolvidas no sistema organizacional, uma das finalidades do Endomarketing. Sabe-se também que a Empregabilidade está cada vez mais difícil, em função de diversos fatores. Portanto, este trabalho tem como finalidade demonstrar que aplicando os conceitos do Endomarketing para proporcionar a Empregabilidade aos empregados, é possível se obter excelentes resultados, como melhoria no atendimento, aumento nas vendas, boa imagem da empresa para com a sociedade, entre outros. Quanto a importância para a Ciência da Administração pode-se citar que o estudo e a relação dos temas inovadores: Endomarketing e Empregabilidade, são capazes de gerar resultados excelentes a organização.

daianicristine@yahoo.com.br ; suzie@cesumar.br

PICC – Programa de Iniciação Científica do Cesumar