

# Endomarketing e sua aplicação em organizações comerciais: o caso de uma rede de lojas de tintas do interior do Paraná

**ADRIANO STADLER**

FACINTER

**ZÉLIA HALICKI**

FAFIT

**MARIA VERÔNICA MENEZES**

**ROSANE ROIEK LISSA**

FACINTER

**VANESSA ESTELA KOTOVICZ**

FACINTER

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é analisar a percepção de gestores e colaboradores de uma rede de lojas de tintas localizada em duas cidades do interior do Paraná acerca dos conceitos e aplicação na referida empresa. O método da pesquisa foi o estudo de caso, o qual foi dividido em duas fases: pesquisa qualitativa com os gestores e quantitativa com os colaboradores da empresa. O questionário abordou questões que versavam sobre o alinhamento estratégico entre empresa e funcionários, relações trabalhistas, comunicação e feedback. Os principais resultados demonstram que os gestores precisam de maturidade dos funcionários para delegar novas responsabilidades e instaurar um ambiente mais produtivo de trabalho, da mesma forma que os funcionários percebem as questões ligadas à comunicação de forma positiva, mesmo havendo opiniões divergentes entre eles no que diz respeito a algumas variáveis pesquisadas.

**Palavras-chave:** Endomarketing. Comunicação. Satisfação.

## Endomarketing and its application in commercial organizations: the case of a paint stores net in Paraná State

**Abstract:** The objective of this article is to analyze the perception of managers and employees of a paint stores net located in two countryside cities in the State of Paraná, concerning the concepts and application on referred company. The research method was the case study, which was divided in two phases: a qualitative research with the managers and a quantitative with the company employees. The questionnaire focused on questions about the strategic alignment between the company and its employees, labor relations, communication and feedback. The main results express that the managers need a employees maturity, in some extent, to delegate new responsibilities and to create a more productive work environment, on the same way that the employees perceive questions related to communication in a positive way, even with discrepant opinions on these, concerning some of the researched variables.

**Key words:** Endomarketing. Communication. Satisfaction.