A IMPORTÂNCIA DO ENDOMARKETING PARA A GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS. ANÁLISE DE AÇÕES DA NUBANK, MAGAZINE LUIZA E AMBEV

THE IMPORTANCE OF ENDOMARKETING FOR HUMAN RESOURCES MANAGEMENT. ANALYSIS OF SHARES OF NUBANK, MAGAZINE LUIZA AND AMBEV

Ana Paula Menezes Santos[1], Bianca Almeida Arnone[2] e Karla Vaz Siqueira Cañete[1,2]

[1] Universidade Santa Cecília, EAD Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos
E-mail para contato: menezes9@gmail.com
[2] Universidade Santa Cecília, EAD Tecnólogo em Marketing
E-mail para contato: bianca.arnone@gmail.com

RESUMO – *O endomarketing, estratégia que visa a comunicação interna e o engajamento dos colaboradores dentro das organizações, tem se mostrado essencial para a gestão de recursos humanos. Nos anos mais recentes, com o advento das novas tecnologias e das redes sociais, o endomarketing se adaptou às novas realidades do ambiente corporativo. As empresas começaram a utilizar plataformas digitais para melhorar a comunicação interna e engajar os colaboradores. Iniciativas como feedback contínuo, programas de reconhecimento e desenvolvimento profissional passaram a ser integradas às estratégias de endomarketing. Este artigo analisa como o endomarketing pode contribuir para a motivação, retenção de talentos e melhoria do clima organizacional. Através da revisão de literatura e análise de cases de empresas que implementaram práticas de endomarketing com sucesso, discutimos os objetivos, metodologia e resultados obtidos.*

Palavras-chave: Endomarketing; Gestão de Recursos Humanos; Comunicação Interna; Engajamento.

ABSTRACT – Internal marketing, a strategy that aims at internal communication and employee engagement within organizations, has proven to be essential for human resources management. In recent years, with the advent of new technologies and social networks, internal marketing has adapted to the new realities of the corporate environment. Companies have started using digital platforms to improve internal communication and engage employees. Initiatives such as continuous feedback, recognition programs, and professional development have become integrated into internal marketing strategies. This article analyzes how internal marketing can

contribute to motivation, talent retention, and improving the organizational climate. Through a literature review and case analysis of companies that have successfully implemented internal marketing practices, we discuss the objectives, methodology, and results obtained.

Keywords: *Internal marketing; Human resource management; Internal communication; Engagement*

1 INTRODUÇÃO

O conceito de endomarketing começou a ganhar forma nos anos 1980, em um contexto onde as empresas buscavam maneiras de aumentar a eficiência e a motivação dos seus colaboradores. O termo foi popularizado por Kotler (2012), que enfatizava a importância de tratar os funcionários como clientes internos. Essa mudança de perspectiva levou as organizações a reconhecerem que o engajamento dos colaboradores é fundamental para o sucesso empresarial.

O conceito clima organizacional se refere aos aspectos motivacionais do ambiente, ou seja, as particularidades do ambiente que levam ao estímulo de diferentes tipos de motivação (CHIAVENATO, 2006).

Com relação às ferramentas de endomarketing, Kunsch (2003) esclarece que em uma campanha de ações de endomarketing pode-se utilizar ferramentas como: boletins, murais, rádio, terminais de computador, caixa de sugestões, rádio, intranet, teatro etc.

A caixa de sugestões, por exemplo, é uma ação de fácil aplicação e traz resultados rápidos. Ela contribui para as melhorias da empresa e cria um canal de comunicação direto entre líderes da empresa e seus funcionários. Ademais, a caixa de sugestões mostra que a empresa quer se aproximar dos funcionários. O estímulo é transformado em uma interação maior (FREIRE, 2009). A gestão de recursos humanos é um dos pilares fundamentais para o sucesso das organizações contemporâneas. Com a crescente competitividade no mercado, as empresas buscam estratégias que não apenas atraiam talentos, mas também os mantenham motivados e engajados. O endomarketing surge como uma solução eficaz nessa busca, ao focar na comunicação interna e no fortalecimento da cultura organizacional. Este artigo tem como objetivos analisar a relevância do endomarketing na gestão de recursos humanos, identificar práticas eficazes de endomarketing em empresas brasileiras e propor sugestões para a

implementação de estratégias de endomarketing. A pesquisa teve como base uma revisão bibliográfica.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

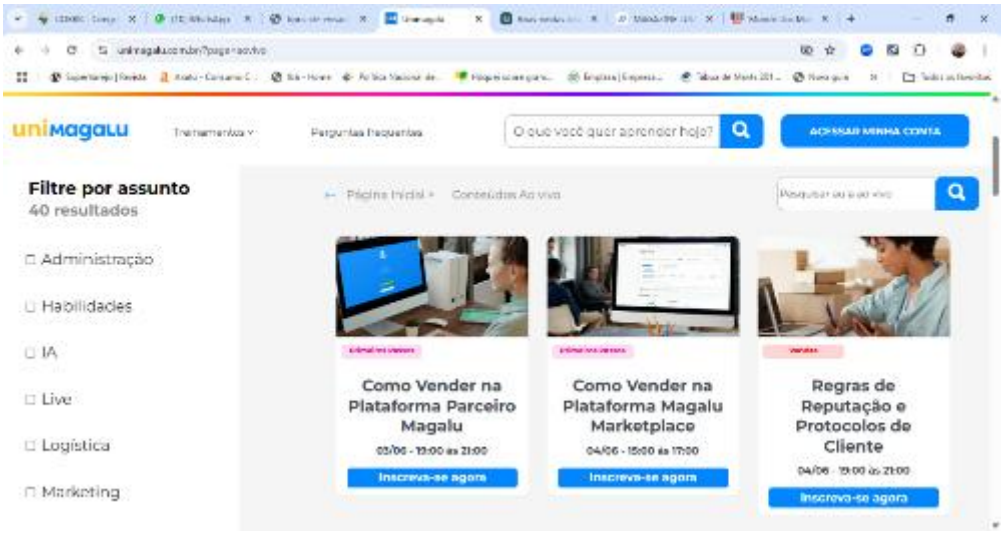
A pesquisa foi realizada por meio da revisão bibliográfica, segundo ANDRADE (2010) pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. O artigo traz pesquisas em artigos acadêmicos, livros e estudos de caso sobre endomarketing e gestão de recursos humanos. Foram selecionadas três empresas brasileiras reconhecidas por suas práticas inovadoras em endomarketing: Magazine Luiza, Nubank e Ambev.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Kotler e Keller (2012), o endomarketing é uma abordagem que visa tratar os colaboradores como clientes internos, promovendo um ambiente mais colaborativo e produtivo. O engajamento dos funcionários é diretamente ligado à comunicação eficaz; conforme Chiavenato (2014), "a comunicação interna é um dos principais fatores que influenciam o clima organizacional". Para melhor compreensão dos temas abordados, os cases a seguir, trazem alguns exemplos de como o endomarketing é utilizado na área de Recursos Humanos.

Magazine Luiza: Uma empresa familiar que leva o nome da dona, líder de vendas de eletrodomésticos e variedades tanto em lojas físicas, como e-commerce. A marca é voltada para um público-alvo das classes mais baixas da população. Como estratégia, a empresa implementou um programa chamado "Universidade Corporativa", onde oferece treinamentos constantes aos colaboradores. Isso não apenas melhora as competências técnicas, mas também promove um sentimento de valorização entre os funcionários. Dentre os cursos ofertados de forma gratuita e *on line*, os colaboradores podem escolher: Como vender na plataforma parceiros Magalu; Como Vender na Plataforma Magalu Marketplace; Regras de Reputação e protocolo de clientes entre outros de acordo com a imagem 1:

Imagem 1: Site Unimagalu



Fonte: https://unimagalu.com.br/?page=aovivo, acesso em 03 de junho de 2025

Nubank: De um pequeno startup ao maior banco digital independente do mundo, cujo objetivo é repensar a experiência dos clientes com serviços financeiros através do uso de novas tecnologias e design intuitivo. Famoso por sua cultura organizacional forte e transparente, o Nubank utiliza canais internos como newsletters e reuniões abertas para manter todos os colaboradores informados sobre as estratégias da empresa, promovendo um ambiente de confiança. Na imagem 2, é possível destacar uma das estratégias utilizada pela Nubank, a Nucare, uma comunicação interna da empresa sobre bem-estar para o trabalho remoto.

Ambev: Empresa fabricante de cerveja e outras bebidas que fazem parte do conglomerado da empresa no Brasil e em outros países pelo mundo. A Ambev investe em ações de reconhecimento e valorização dos funcionários através do programa "Ambev Talentos", que busca identificar e desenvolver líderes dentro da companhia. De acordo com o site Exame (2024), a companhia investiu em 2024, R$ 30 milhões no RH (Recursos Humanos). O principal objetivo foi fazer os funcionários crescerem junto com a companhia sem deixar de integrar os novos talentos e a tecnologia. A empresa completou em 2024, 25 anos e busca sempre estar atualizado com as novas tendências do mercado além de treinamentos constantes, além de sistema de metas e bônus altamente competitivo e bolsas para inglês em programas como trainee e estágio. Além disso, financiamentos de MBAs internacionais para talentos do supply e treinamentos em Londres para líderes.

Imagem2: Nubank



Fonte: https://building.nubank.com/pt-br/como-mantemos-a-cultura-do-nubank-viva-durante-o-trabalho-remoto/, acesso em 03 de junho de 2025

Imagem3: Carreira dos Sonhos, pesquisa realizada pela Cia de Talentos



Fonte: https://www.linkedin.com/in/ricardo-melo-48658b168/, acesso em 3 de junho de 2025.

Segundo pesquisa realizada em 2024 pela Cia de Talentos, empresa de recrutamentos, a Ambev ficou no TOP3 do ranking “Carreira dos Sonhos”, como empresa mais desejada pelos

jovens brasileiros. Na imagem 3, é possível ver a divulgação do prêmio postada por Ricardo Melo, VP People & Management - South America Zone - Ambev/AbInbev.

Os resultados obtidos com a implementação do endomarketing nas empresas analisadas demonstram um aumento significativo no engajamento dos colaboradores e na redução da rotatividade. Segundo pesquisa realizada pela Magazine Luiza (2023), 85% dos funcionários relataram satisfação com as iniciativas internas.

4 CONCLUSÃO

A história do endomarketing na gestão de recursos humanos reflete uma evolução constante na forma como as organizações enxergam seus colaboradores. O endomarketing se revela uma estratégia poderosa na gestão de recursos humanos, pois não apenas melhora a comunicação interna, mas também fortalece a cultura organizacional e aumenta a retenção de talentos. Além de motivar seus colaboradores, traz resultados significativos para a imagem da empresa e satisfação em fazer parte da equipe, com isso o engajamento no cumprimento de metas e execução das atividades com excelência se torna algo prazero. Para as empresas que desejam se destacar no mercado, investir em práticas de endomarketing é essencial.

5 REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, I. . **Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CHIAVENATO, I. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FREIRE, P. **Pedagogia da Esperança: um reencontro com a Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 16ª ed. 2009.

KOTLER, P., & KELLER, K. L. . **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MAGAZINE LUIZA. **Relatório Anual 2022: Iniciativas em Endomarketing e Resultados Obtidos,** 2023

NUBANK. Cultura Organizacional: Transparência e Engajamento, 2023

AMBEV. Programa Ambev Talentos: Reconhecimento e Desenvolvimento Interno. 2023.

UNIMAGALU. https://unimagalu.com.br/?page=aovivo, acesso em 3 de junho de 2025.
NUBANK: https://building.nubank.com/pt-br/como-mantemos-a-cultura-do-nubank-viva-durante-o-trabalho-remoto/, acesso em 3 de junho de 2025.
EXAME: https://exame.com/carreira/ambev-25-anos-empresa-muda-recrutamento-e-aposta-em-uma-acao-antiga-para-reter-e-atrair-talentos/, acesso em 3 de junho de 2025.
LINKEDIN: https://www.linkedin.com/in/ricardo-melo-48658b168/, acesso em 3 de junho de 2025