



SEFIC2018
UNILASALLE

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA A
REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

22 A 27
DE OUTUBRO

CULTURA DO ENCANTAMENTO NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL: COMPORTAMENTOS ESSENCIAIS

Autor: Braian Goulart de Castro.
Orientador: Robinson Scholz
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: O artigo possui pretensão de identificar os comportamentos essenciais para consolidação da cultura do encantamento na sede administrativa da Lojas Renner S.A., em Porto Alegre/RS. A Lojas Renner S.A atua no mercado de varejo de moda desde 1922, fundada por Antônio Jacob Renner, e sendo desvinculada da família Renner a partir de 1965 e realizando abertura no mercado em 1967, na década de 90 a organização foi reestruturada e também foram implementados novos valores e comportamentos para consolidação da cultura, sendo idealizado a filosofia do encantamento, tendo como objetivo superar as expectativa dos clientes tornando-se o valor orientador em todos níveis hierárquicos e nas relações internas e externas com os clientes, sendo um diferencial competitivo para geração de valor da marca Renner, através da relevância desse valor o autor realizou pesquisas nas área de conhecimento de Comportamento Organizacional a qual são os valores, crenças e comportamentos construídos ao longo da existência da organização, desde aspectos do fundador e de lideranças expressivas, sendo de alto impacto em toda estrutura e níveis de atuação, transcendendo para além do ambiente interno numa sociedade que busca cada vez mais alinhamento dos seus valores com seus produtos e serviços consumidos, também é referenciado os conceitos de Cultura Organizacional que consiste no sistema de crença e valores da organização, sendo criada dia a dia através da interação entre os indivíduos, fortalecendo e perpetuando a identidade da organização com benefício de tornar eficiente a gestão de custos e compreensão dos seus clientes. somando aos estudos anteriores é abordado o conceito de Marketing de Relacionamento, que corresponde a técnicas e estratégias para construir relações solidas e confiáveis, estabelecendo um vinculado entre os clientes, valorizando sua carteira de consumidores, sendo um conceito abrangente onde abaixo do mesmo pode se encaixar técnicas de retenção de clientes, aplicando a filosofia do encantamento, ou seja superando a expectativa do cliente e transformando a imagem do mesmo em relação a organização a qual é consumido um bem, ou serviço, deve se ter cuidado para que o objetivo de retenção de cliente não seja puramente lucrativa pois o objetivo é estabelecer uma parceria de longo prazo tendo especificidades em produtos e modelos de negocio da organização, encantando os clientes acaba por influenciar em potenciais consumidores pois o comportamento do cliente encantado ira impactar positivamente nos indivíduos ao seu redor. A pesquisa será qualitativa exploratória, através de aplicação de entrevistas de profundidade visando compreender e analisar os impactos dos comportamentos essenciais na sede administrativa da Lojas Renner, e propor técnicas para potencializa-los, gerando referencial teórico para aprofundamento do Encantamento de Clientes na área das Ciências Sociais.

Palavras-Chave: Cultura Organizacional, Encantamento de Clientes, Marketing de Relacionamento