

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC GINO REZAGHI**

**ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL
DE TÉCNICO EM MARKETING**

**Pietro Rodrigues Dias
Rodrigo Henrique Rosa Antônio
Renato Augusto do Espírito Santo**

**MARKETING INSTITUCIONAL DO CONSELHO MUNICIPAL DE
SAÚDE DE CAJAMAR**

**CAJAMAR
2025**

TÍTULO DO TCC: MARKETING INSTITUCIONAL DO CONSELHO MUNICIPAL DE SAÚDE DE CAJAMAR

Pietro Rodrigues Dias¹
Rodrigo Henrique Rosa Antônio²
Renato Augusto do Espírito Santo
³

Professores Orientadores: Anelise Stringuetto⁴ e Diego Silva Neves⁵

RESUMO- Este trabalho aborda como o marketing institucional pode ajudar o Conselho Municipal de Saúde de Cajamar a se aproximar mais da população e melhorar a participação das pessoas nas decisões da área da saúde. O estudo é um estudo de caso, que analisa como a comunicação pode fortalecer o vínculo entre o conselho e os moradores. A pesquisa foi feita por meio de entrevistas com o secretário de saúde e questionários aplicados a 33 pessoas de diferentes bairros do município. Observou-se que a maioria da população não conhece o conselho nem entende sua função, o que mostra a falta de divulgação das suas ações. A partir disso, o grupo desenvolveu uma campanha de marketing institucional, com cartazes informativos e um perfil no Instagram, para tornar o conselho mais conhecido e incentivar a participação popular. Os resultados mostraram que o uso de estratégias simples de comunicação pode aumentar o interesse das pessoas e reforçar o papel do conselho na melhoria da saúde pública. O trabalho destaca a importância da informação e do diálogo entre a comunidade e o poder público.

PALAVRAS-CHAVE: Saúde. Melhoria. Municipios. Participação. Bem-estar.

ABSTRACT- This work addresses how institutional marketing can help the Municipal Health Council of Cajamar get closer to the population and improve people's participation in health-related decisions. The study is a case study that analyzes how communication can strengthen the bond between the council and local residents. The research was conducted through interviews with the Secretary of Health and questionnaires applied to 33 people from different neighborhoods of the municipality. It was observed that most of the population does not know about the council or understand its role, which shows a lack of dissemination of its actions. Based on this, the group developed an institutional marketing campaign with informational posters and an Instagram profile to make the council better known and encourage public participation. The results showed that using simple communication strategies can increase people's interest and reinforce the council's role in improving public health. The study highlights the importance of information and dialogue between the community and public authorities.

KEYWORD: Health. Improvement. Municipalities. Participation. Well-being.

¹ Email Pietro: pietrorodrigues945@gmail.com

² Email Rodrigo: Diggo.rique@gmail.com

³ Email Renato: renatoaugustodoespiritosanto@gmail.com

⁴ Professora Orientadora Anelise Stringuetto: anelise.stringuetto3@etec.sp.gov.br

⁵ Professor Orientador Diego Silva Neves: diego.neves19@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema o Marketing Institucional aplicado ao Conselho Municipal de Saúde de Cajamar, buscando compreender de que forma a comunicação pode aproximar o conselho da população e fortalecer a participação popular nas decisões relacionadas à saúde pública. O estudo parte da ideia de que a informação é essencial para a cidadania e que, quando bem comunicada, contribui para uma gestão pública mais transparente e participativa.

O tema foi escolhido porque, apesar de o Conselho Municipal de Saúde ter um papel fundamental na fiscalização e melhoria dos serviços de saúde, muitas pessoas ainda não conhecem suas funções nem sua importância. Essa falta de conhecimento reduz o envolvimento dos municíipes nas discussões e decisões que impactam diretamente sua qualidade de vida.

Diante disso, o problema central deste trabalho é: como o marketing institucional pode ser utilizado para fortalecer a imagem e a comunicação do Conselho Municipal de Saúde de Cajamar junto à população? A hipótese é que, por meio de ações simples e acessíveis de comunicação, é possível aumentar o reconhecimento e o engajamento popular com o conselho.

O objetivo geral é propor estratégias de marketing institucional que ajudem na divulgação e valorização do Conselho Municipal de Saúde de Cajamar. Já os objetivos específicos incluem analisar o nível de conhecimento da população sobre o conselho, compreender como as pessoas preferem receber informações e desenvolver uma campanha prática de comunicação.

A relevância deste estudo está em mostrar como o marketing pode ser uma ferramenta social, capaz de aproximar a gestão pública das pessoas, reforçando valores como transparência, participação e confiança. Além de contribuir para o aprendizado dos autores enquanto estudantes de marketing, o trabalho busca também impactar positivamente a comunidade local, incentivando o diálogo entre cidadãos e o poder público.

A metodologia utilizada envolveu pesquisa bibliográfica, para embasamento teórico sobre marketing institucional e participação popular, entrevista com o secretário de saúde de Cajamar e pesquisa de campo com 33 moradores do município. Os dados coletados serviram de base para o desenvolvimento de uma

campanha institucional, composta por cartazes e um perfil informativo nas redes sociais, com o objetivo de divulgar o conselho e estimular a participação popular.

CAPITULO 1: O QUE É MARKETING?

O Marketing é o conjunto de ações que uma empresa faz para promover e vender seus produtos ou serviços. Ele busca entender o que os consumidores precisam e oferecer soluções que atendam essas necessidades. Isso envolve pesquisa, publicidade, promoções e vendas, com o objetivo de atrair, engajar e fidelizar clientes. O marketing é essencial para aumentar as vendas e a visibilidade da marca.

1.1 Tipos De Marketing

De acordo com o site PMPB (Polícia Militar da Paraíba), os principais tipos de marketing são:

- O Marketing Digital, que envolve estratégias online como redes sociais e anúncios pagos.
- O Marketing de Produto, focado em promover um produto específico.
- O Marketing Institucional, que trabalha a imagem da empresa como um todo.
- O Marketing de relacionamento, que busca fidelizar e criar laços com os clientes.
- O Marketing de Influência, que usa influenciadores para promover produtos.

1.2 O Que É Marketing Institucional?

Marketing institucional pode ser compreendido como um conjunto de estratégias voltadas para fortalecer a imagem, reputação e credibilidade de uma organização diante do público. Segundo Kotler (2000), trata-se de uma vertente do marketing que não se limita apenas à promoção de produtos ou serviços, mas busca consolidar valores, princípios e a identidade da instituição, criando uma percepção positiva que contribui para a construção de relacionamentos duradouros e eficientes.

1.3 Como Ele Contribui Com As Campanhas De Empresas?

O marketing institucional tem o objetivo de melhorar a imagem da empresa e mostrar seus valores. Ele ajuda a destacar a marca no mercado, tornando-a mais conhecida. Além disso, fortalece a relação com os colaboradores e parceiros, engajando-os com os objetivos da empresa. Esse tipo de marketing também é importante em momentos de crise, pois ajuda a proteger a reputação da marca. O marketing institucional é uma estratégia que contribui para o crescimento da empresa, criando uma imagem forte e duradoura.

1.4 O Que É Marketing De Relacionamento?

De acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas, 2025), Marketing de Relacionamento busca criar uma ligação duradoura com os clientes. Ele foca em entender suas necessidades, oferecer atendimento personalizado e manter a comunicação constante. O objetivo é fidelizar os clientes, fazendo com que voltem a comprar e recomendem a empresa.

1.5 Como Ele Alavanca O Crescimento?

O marketing de relacionamento foca em manter bons laços com os clientes, fazendo com que voltem a comprar e recomendem a empresa. Isso ajuda a reduzir custos e aumentar as vendas. Clientes satisfeitos são fidelizados, e a empresa ganha uma imagem positiva, se destacando da concorrência e crescendo de forma sustentável.

“Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. (KOTLER; KELLER, 2012, p. 27).

Diante do conteúdo apresentado fica evidente a relevância do marketing para o impulsionamento de empreendimentos.

2 O QUE SÃO OS CONSELHOS MUNICIPAIS

Os conselhos se baseiam em um meio de inclusão social para consolidar as políticas públicas.

“ A constituição do Art. 29, determina a cooperação das associações representativas do planejamento municipal, demonstrando o papel fundamental demonstrando o papel fundamental a ser exercido pelos conselhos (Prefeitura de São Paulo, 2025).”

2.1 Como Funcionam E Quais Suas Atividades

Esses conselhos existem para garantir que a população participe das decisões sobre os serviços públicos, ou seja, para que as pessoas tenham voz e ajudem a cuidar da cidade junto com o governo. Suas atividades consistem na fiscalização, dissipaçāo de informações, propostas e debates que ocorrem em reuniões em um determinado intervalo de tempo.

2.2 Quais São Os Conselhos

- Conselho Municipal Da Saúde (CMS): O Conselho Municipal de Saúde, que fiscaliza e acompanha as ações e serviços públicos de saúde. Permite que a população participe da gestão do SUS no município.
- Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS): Delibera e fiscaliza a política de assistência social, garantindo o atendimento às pessoas em situação de vulnerabilidade.
- Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA): Garante os direitos das crianças e adolescentes. Também gerencia o Fundo Municipal da Criança e do Adolescente.
- Conselho Municipal dos Direitos da Mulher (CMDM): Trabalha por políticas públicas que garantam os direitos das mulheres, a igualdade de gênero e o combate à violência.

- Conselho Municipal de Educação (CMEC): Acompanha, propõe e avalia as políticas públicas educacionais do município, buscando melhorar a qualidade da educação.

2.3 Conselho Municipal De Saúde

O Conselho Municipal de Saúde de Cajamar (CMS/Cajamar) foi criado em 1990 e faz parte do Sistema Único de Saúde (SUS). Ele é um espaço onde a população pode participar das decisões sobre a saúde pública do município. Sua principal função é acompanhar, fiscalizar, propor melhorias e avaliar as ações da saúde em Cajamar, garantindo que os serviços funcionem bem e que os recursos públicos sejam usados corretamente.

O Conselho é formado por representantes da sociedade divididos de forma equilibrada: 50% representam os usuários dos serviços de saúde (a população em geral), 25% são profissionais da área da saúde e 25% são representantes da gestão pública. O mandato de cada conselheiro é de dois anos, com possibilidade de renovação.

O CMS é organizado por diferentes grupos e comissões que ajudam a colocar suas decisões em prática. Em resumo, o Conselho é uma forma de garantir que a voz da comunidade seja ouvida na construção de uma saúde pública melhor e mais justa para todos, conforme destaca a Prefeitura de Cajamar (2024).

2.4 Onde Ocorrem Os Conselhos?

As reuniões dos conselhos municipais geralmente ocorrem em prefeituras, câmaras municipais ou em outros espaços públicos designados pela prefeitura ou pela legislação local. Esses encontros são realizados com a participação de membros do conselho, que incluem representantes da administração pública, sociedade civil e outras partes interessadas. As reuniões são públicas e, muitas vezes, são divulgadas com antecedência para que a população possa acompanhar e participar.

3 ENTREVISTA COM SECRETÁRIO DA SAÚDE

Foi realizado no dia 30 de abril de 2025 uma entrevista com o secretário da saúde, Daniel Freitas, responsável pela administração do Conselho de Saúde no município de Cajamar que foi entrevistado e deixou os seguintes depoimentos:

O que é o conselho para você?

O Conselho Municipal de Saúde e os conselhos locais estão inseridos na estrutura da saúde pública por força da nossa Constituição. Nos artigos que tratam da saúde, está prevista a participação popular como um dos pilares do sistema. Essa participação se dá por meio do controle social, exercido principalmente através dos conselhos de saúde. Então, o conselho ele é a representação da sociedade, dos usuários do SUS, dos trabalhadores e também dos gestores de saúde, frente a essa necessidade legal e às discussões em saúde.

O que o conselho faz?

Fiscaliza, delibera, participa da construção. Lá embaixo agora, por exemplo, no andar, onde estava acontecendo a reunião do Conselho Municipal de Saúde, nós estávamos tratando de pautas como: manutenção física das unidades, questão estrutural, vazamento de telhado, vidro, fornecimento de medicamentos. Tem uma série de questões que a gente trata através do conselho.

Na contextualização da Lei do Conselho Nacional de Saúde e da Lei do Conselho Estadual de Saúde, não há obrigatoriedade dos conselhos locais. Só que nós fizemos uma reformulação da lei municipal para que fossem instituídos obrigatoriamente... os conselhos em todas as unidades de saúde.

Por que o conselho não tem benefício monetário?

“Eles estão em papel de fiscalização. Se você remunera, gera vinculação. Então, o conselho não tem, e diferente do conselho tutelar, o Conselho Municipal de Saúde é mais difícil arregimentar pessoas.”

Estrutura paritária:

“O conselho é paritário, a troco de manter o equilíbrio, sendo: 50% usuários do SUS, 25% trabalhadores da saúde, 25% gestores (líderes, supervisores, diretores, gerentes).”

Que temas específicos poderíamos explorar no escopo do nosso projeto?

O trabalho de vocês, então, para eu não sair da linha, eu entendi que vocês vão fazer um trabalho de marketing divulgando a ação do Conselho Municipal de Saúde para que a população conheça o que é e quem é o Conselho Municipal de Saúde, é isso?

Perfeitamente. O que é o conselheiro. As atribuições do conselheiro têm que ser informadas à população.

Por dois motivos: primeiro, para que saibam se podem ou não contar na demanda deles com o conselheiro. Segundo, para que mais pessoas sejam convidadas a participar e estejam engajadas no conselho.

Até onde vai a atuação legítima de um conselheiro de saúde?

Qual seria uma intervenção prejudicial?

Aquela pessoa que tem interesse em estar numa função política futuramente, seja lá um conselho, ou a outros conselhos remunerados, conselho tutelar, ou vereador, alguma coisa assim, usar da estrutura do conselho para benefício próprio. Para tentar passar pessoas na frente, para tentar favorecer algumas pessoas.

Não que isso seja recorrente, mas toda vez que a gente forma um conselho municipal de saúde, até que os conselheiros se apropriem de qual é de fato a atividade, a gente esbarra em algumas dificuldades. Mas aí cabe a nós, né? Enquanto eu estou hoje na presidência do Conselho Municipal de Saúde, eleito também através do voto dos conselheiros, cabe a nós, com um pouco mais de conhecimento, já estando no conselho há mais tempo, informar também. Falar: -- Olha, é até aqui a atuação. Daqui pra cá não pode.

Como, por exemplo, algumas pessoas já estiveram no conselho: "Ah, tal pessoa está com tal diagnóstico."

Eu falei: o conselho não discute diagnóstico. O conselho discute saúde coletiva, saúde pública, questões relacionadas à saúde da nossa população. Não vai falar do diagnóstico de uma pessoa, até porque existe sigilo com relação a essa questão".

Para o Secretário de Saúde, tema que vincula marketing aos conselhos de saúde é inovador e necessário.

E eu acho o trabalho, o tema de vocês, um tema inédito, porque, sinceramente, eu não vi ninguém na linha do marketing. Ninguém, ninguém, ninguém até hoje. Posso estar enganado, não fiz nenhuma pesquisa em base de dados para saber se tem estudo, se tem artigo, se tem alguma coisa nessa linha, mas eu desconheço alguém que tenha feito um estudo, um TCC que seja, vinculando a questão do marketing às atividades do conselho. Então, é um tema que, para mim, é inédito e muito pertinente. Parabéns para vocês por isso. Muito obrigado.

3.1 Conclusão Da Entrevista

A entrevista com o Secretário de Saúde de Cajamar evidenciou que o Conselho Municipal de Saúde é um espaço essencial de participação popular e controle social, com funções de fiscalização, deliberação e apoio à gestão da saúde pública. O conselho precisa ter uma composição equilibrada e focar suas ações na saúde de toda a população. Também é importante que a população entenda claramente qual é o papel do conselho. Por isso, o tema do TCC, que propõe usar o marketing

institucional para divulgar o conselho, é inovador e relevante, ajudando tanto na parte acadêmica quanto no fortalecimento da participação social.

3.2 Pesquisa Populacional

Esta pesquisa foi realizada com a população para entender como as pessoas veem o Conselho Municipal de Saúde e qual é a participação da comunidade nas decisões sobre a saúde do nosso município. O objetivo foi ouvir a voz dos moradores, saber o que conhecem sobre o Conselho e o que esperam dele. Foram entrevistados um total de 33 pessoas.

3.3 Faixa Etária

A maioria das pessoas que participou da pesquisa tem entre 14 e 18 anos, representando 81,5% do total. Já 11,1% têm entre 19 e 25 anos, e 7,4% têm 35 anos ou mais. Esses números mostram que os jovens foram o principal público da pesquisa, contribuindo com suas percepções e experiências sobre o Conselho Municipal de Saúde.

3.4 Localidade

A pesquisa mostra que os participantes moram em diferentes bairros de Cajamar, com destaque para o Cajamar Centro, que reúne 35,7% das respostas. Em seguida, vem Jordanésia, com 28,6%, e o Polvilho, com 17,9% dos participantes. Os demais bairros, como Guaturinho, Maria Luiza, São Benedito (Km 43) e outros, aparecem com porcentagens menores, mas também contribuíram com suas opiniões.

3.5 Ciência Da População

A maioria dos participantes, 80%, afirmou não conhecer os Conselhos Municipais da cidade, enquanto apenas 20% disseram que sim. Esse resultado mostra a importância de divulgar mais o conselho e suas ações para que a população tome ciência do mesmo, e possa participar ativamente das decisões para manutenção das atividades da área da saúde da cidade.

3.6 Canais De Comunicação

A minoria dos entrevistados cujo conheciam os Conselhos Municipais, relatam que o conhecimento do serviço foi através de notícias em sites e canais institucionais, participação em reuniões e com trabalhos acadêmicos.

3.7 Finalidade

A maioria dos participantes (53,1%) não sabe a finalidade, mostrando que se faz necessário reforçar a divulgação e seu propósito.

3.8 Participação

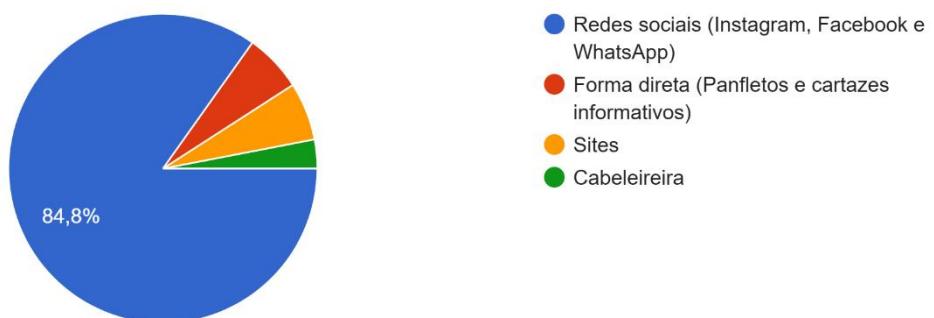
Uma grande porcentagem (90,6%) nunca participaram de reuniões, evidenciando uma baixa participação.

3.9 Informações

Quando questionado sobre a forma em que os municíipes gostariam de ser informados, resultou em sua maioria (84,4%) preferem ser informados pelas redes sociais, reforçando a importância de usar esses meios de comunicação.

Gráfico 1, Informações

Caso não conheça os conselhos e nem sua finalidade, de que forma gostaria de ser informado?
33 respostas



Fonte: Autoria própria.

4 APLICAÇÃO NA PRÁTICA

4.1 Introdução

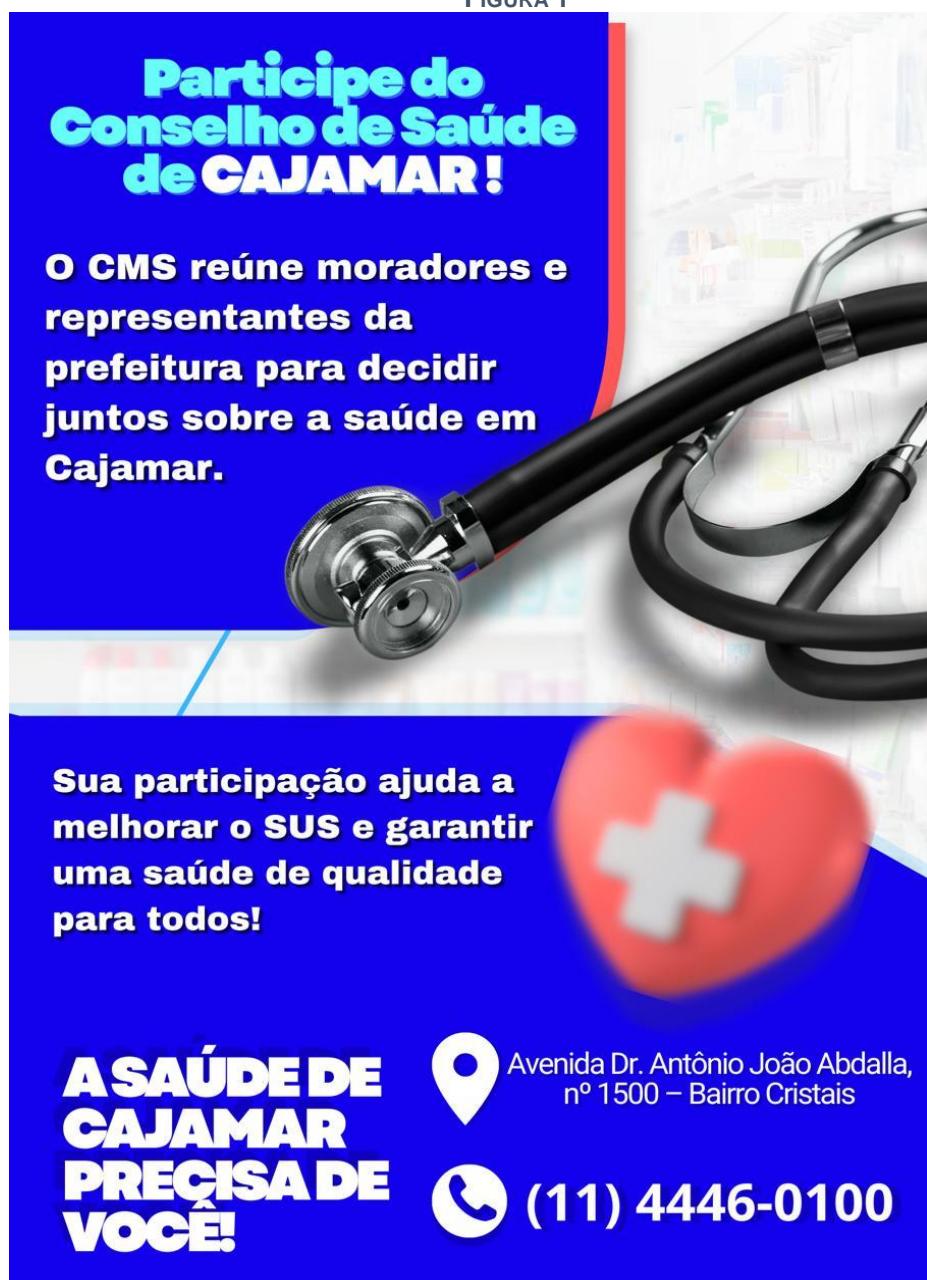
Este capítulo apresenta a aplicação de forma prática das propostas desenvolvidas ao longo deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), voltadas à melhoria da comunicação e do marketing institucional do Conselho Municipal da Saúde de Cajamar para com usuários e munícipes. Ao decorrer de análises realizadas nos capítulos passados, foi evidenciado que a baixa participação da população nas atividades do Conselho está diretamente relacionada à ausência de estratégias de divulgação eficazes e a pouca amplitude de atuação do órgão perante a comunidade.

4.2 Implementação

Assim foi implementado um cartaz elaborado com uma linguagem simples, objetiva e de fácil compreensão, utilizando cores que remetem a o brasão do município de Cajamar. O conteúdo tem o intuito de explicar de forma simples a função do Conselho de saúde e sua importância na fiscalização e melhoria dos serviços públicos e reforçar que a participação popular é essencial para o fortalecimento do sus no município.

Além disso foi criado um perfil no Instagram para impulsionar mais ainda essa campanha, por mais que nosso público alvo não consuma tanto a rede Instagram (pessoas mais velhas beirando os 60+ e quem mais necessita dos serviços de saúde). @MaisSaudeMunicipes, é o nome do Instagram que no mesmo possui orientações de como funciona o conselho, melhorias recentes na saúde, a importância da saúde pública e vem seguindo com publicações continuas para impulsionar o saúde por Cajamar.

FIGURA 1



Fonte: Autoria própria.

4.3 Aplicação

Os bairros Cajamar Centro e Maria Luiza foram escolhidos para a colagem dos cartazes porque são áreas com grande circulação de pessoas e intensa atividade promovida pelos vereadores. Além disso, essas regiões concentram um número significativo de moradores idosos, o que aumenta a visibilidade e o alcance das informações. Dessa forma, garante-se que os cartazes atinjam o público que mais participa e se envolve nas ações da comunidade.

FIGURA 2 – CARTAZ EM CAJAMAR CENTRO



Fonte: Autoria própria.

FIGURA 3 - CARTAZ EM CAJAMAR CENTRO



Fonte: Autoria própria.

FIGURA 4 - CARTAZ EM COLINA MARIA LUIZA



Fonte: Autoria própria.

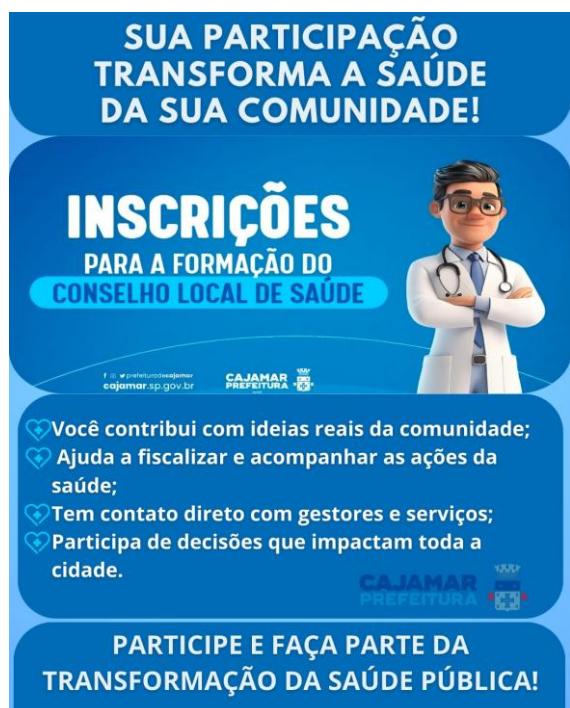
Figura 5 – Perfil do instagram



Fonte: Autoria própria.

A imagem mostra o perfil organizado com as primeiras publicações do projeto, apresentando conteúdos sobre promoção da saúde e participação comunitária. Os posts destacam a importância dos espaços públicos e a formação do Conselho Local de Saúde. O perfil já demonstra uma identidade visual definida e início de engajamento, refletindo o cuidado em comunicar informações de forma clara e acessível à população.

Figura 6 – Primeira postagem do perfil no instagram



Fonte: Autoria própria.

Campanha criada para chamar a população a participar do Conselho Local de Saúde. A ideia é mostrar que todo mundo pode ajudar com opiniões, acompanhar as ações e fazer parte das decisões que melhoraram a saúde da cidade.

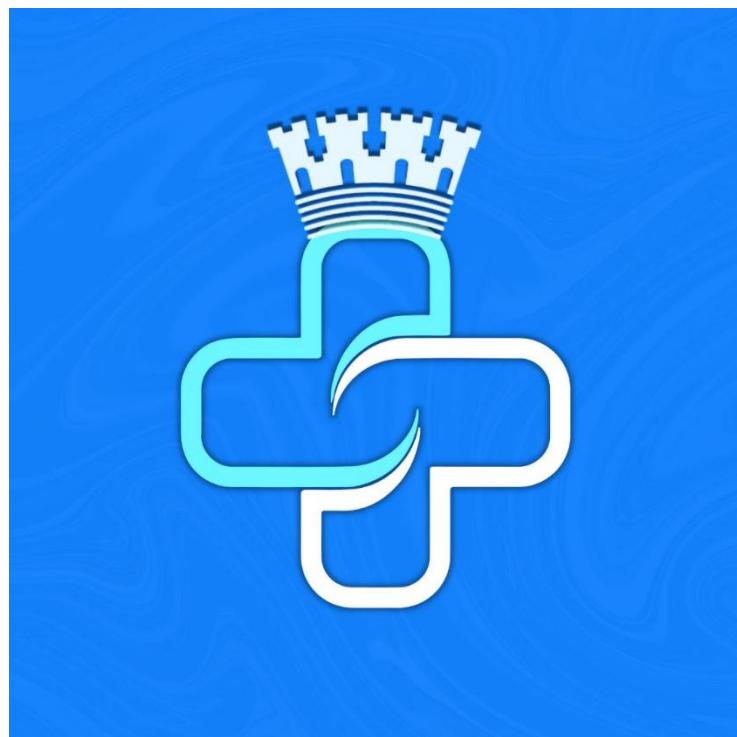
Figura 7 – Segunda postagem do perfil no instagram



Fonte: Autoria própria.

Esta publicação destaca a importância dos espaços públicos de Cajamar e incentiva a população a utilizá-los para melhorar a qualidade de vida. A imagem mostra um dos locais revitalizados e preparados para convivência, lazer e atividades ao ar livre. A mensagem reforça que pequenos hábitos de movimento e participação comunitária ajudam a fortalecer a saúde e o bem-estar de toda a cidade.

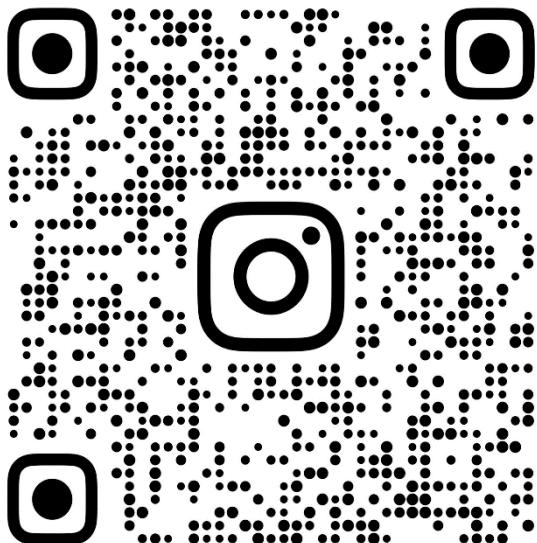
Figura 8 – Identidade visual



Fonte: Autoria própria.

Nossa logo simboliza a saúde do município e a união da comunidade. A cruz e o brasão juntos representam cuidado, participação e o compromisso com uma cidade melhor.

Figura 9 –Qr code vídeo prefeitura



Fonte: Autoria própria.

O vídeo apresenta a campanha de inscrições para o novo Conselho Local de Saúde de Cajamar. A iniciativa foi incentivada pelo TCC, que buscou aproximar a população do Conselho e mostrar a importância da participação nas decisões da saúde da cidade. O conteúdo destaca que as inscrições vão até 27 de novembro nas unidades de saúde e também mostra as datas de votação. A proposta da campanha é incentivar mais moradores a se envolverem e contribuírem para melhorar a saúde do município.

4.4 Resultados

Essa campanha visa ampliar o conhecimento da população sobre a existência e o papel do conselho, além de promover engajamento cívico dos moradores de Cajamar. A divulgação irá ocorrer em locais de grande circulação, como postos de saúde, escolas, praças e redes sociais, tornando o acesso à informação mais fácil e abrangente.

Com essa prática, espera-se que mais cidadãos começem a conhecer e participar das reuniões do Conselho Municipal de saúde, contribuindo com opiniões, sugestões e críticas construtivas. A Participação popular tende a fortalecer o diálogo entre a comunidade e o poder público, favorecendo decisões mais justas e eficientes para o sistema de saúde local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho mostrou como o marketing institucional pode ajudar a população de Cajamar a conhecer melhor o Conselho Municipal de Saúde e entender sua importância para a cidade. Durante a pesquisa, percebeu-se que muitas pessoas não sabem o que o Conselho faz, nem como participar das reuniões, o que acaba afastando os moradores das decisões sobre a saúde pública.

A entrevista com o Secretário de Saúde ajudou a esclarecer o funcionamento do Conselho e reforçou que a participação popular é essencial para melhorar os serviços oferecidos. Já a pesquisa realizada com os munícipes confirmou a falta de informação e a necessidade de divulgar melhor o papel do Conselho.

Por isso, foram criadas ações práticas, como um cartaz informativo e um perfil no Instagram, com o objetivo de explicar de maneira simples as funções do Conselho e aproximar-lo da comunidade. Essas ações têm a intenção de facilitar o acesso às informações e incentivar os moradores a participar mais ativamente.

Assim, espera-se que, com essas iniciativas, mais pessoas passem a conhecer o Conselho Municipal de Saúde e a contribuir com sugestões, opiniões e participação nas reuniões. Dessa forma, conclui-se que o marketing institucional pode ser uma ferramenta importante para fortalecer a comunicação entre o Conselho e a população, ajudando no desenvolvimento da saúde pública no município.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Art. 29: cooperação das associações representativas no planejamento municipal. Disponível em: Prefeitura de São Paulo. Acesso em: 28/08/2025.

CAJAMAR. Prefeitura Municipal de Cajamar. Composição do Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS). Disponível em:
<https://cajamar.sp.gov.br/desenvolvimento-social/cmas/composicao-cmas/>. Acesso em: 28/08/2025.

FORMULÁRIO – Pesquisa Conselho Municipal de Saúde (CMS). Google Forms, 22 maio 2025. Disponível em: <https://forms.gle/BivDYpnziQ6RJErTA>. Acesso em: 23/10/2025.

INSTAGRAM – Campanha +Saúde Munícipes. Perfil oficial da campanha criada pelo grupo. Disponível em: <https://www.instagram.com/maissaudemunicipes>. Acesso em: 11/11/2025.

INSTAGRAM – Prefeitura de Cajamar. Vídeo de divulgação sobre inscrições do Conselho Municipal de Saúde. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DRPO7cRDYWr>. Acesso em: 19/11/2025.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Conselhos e Órgãos Colegiados – Participação Social. Disponível em: https://prefeitura.sp.gov.br/web/direitos_humanos/w/participacao_social/conselhos_e_organos_colegiados/162702. Acesso em: 28/08/2025.

SEBRAE. Marketing de Relacionamento. Ebook. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_sebrae_marketing-de-relacionamento.pdf. Acesso em: 12/11/2025.

PAULINO, Daniel Gonçalves de Freitas. Entrevista sobre o funcionamento do Conselho Municipal de Saúde de Cajamar. Entrevista presencial realizada em 30 abr. 2025.