

**ETEC MACHADO DE ASSIS
CAÇAPAVA/SP
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

Revitalização

do espaço escolar: o papel do endomarketing na adaptação de ambientes de socialização escolar

Kamily Cristiny Moura

Manuela Nogueira Barrili

Maria Gabriela de Paula Gomes

Maria Luíza dos Santos Monteiro

Orientadora: Professora Sonia Meire Lorena Soares Fonseca

RESUMO

Este estudo analisa a viabilidade da criação de uma área de jogos na ETEC Machado de Assis como estratégia de endomarketing aplicada ao ambiente escolar, com foco no bem-estar, na socialização e na motivação dos estudantes. A partir de referenciais teóricos de gestão de pessoas, marketing e endomarketing, o trabalho discute como práticas tradicionalmente corporativas podem contribuir para melhorar a convivência e reduzir níveis de estresse dentro da instituição de ensino, sobretudo após a implementação da Lei nº 15.100/2025, que restringe o uso de celulares em escolas. A pesquisa utilizou métodos qualitativos e quantitativos, envolvendo entrevistas, observações e reuniões com coordenadores e professores, além da análise estrutural do espaço proposto. A revitalização da Área Verde mostrou-se uma alternativa viável para a criação de um ambiente destinado ao lazer e interação, contribuindo para um clima escolar mais acolhedor, dinâmico e produtivo, fortalecendo vínculos sociais e promovendo experiências positivas ao longo das atividades.

Palavras-chave: Marketing; Endomarketing; Gestão de pessoas; Ambiente escolar; Lazer; Socialização.

ABSTRAT

This study analyzes the feasibility of creating a games area at ETEC Machado de Assis as an internal marketing strategy applied to the school environment, focusing on student well-being, socialization, and motivation. Based on theoretical frameworks from human resource management, marketing, and internal marketing, the work discusses how traditionally corporate practices can contribute to improving coexistence and reducing stress levels within the educational institution, especially after the implementation of Law No. 15.100/2025, which restricts the use of cell phones in schools. The research used qualitative and quantitative methods, involving interviews, observations, and meetings with coordinators and teachers, in addition to a structural analysis of the proposed space. The revitalization of the Green Area proved to be a viable alternative for creating an environment for leisure and interaction, contributing to a more welcoming, dynamic, and productive school climate, strengthening social bonds and promoting positive experiences throughout the activities.

Keywords: Marketing; Endomarketing; People Management; School Environment; Leisure; Socialization.

1. INTRODUÇÃO

O ambiente escolar contemporâneo tem priorizado cada vez mais a preparação acadêmica dos alunos, mas, em contrapartida, demonstra pouca atenção ao bem-estar emocional e social dos estudantes. Essa realidade gera consequências negativas, como o aumento dos níveis de estresse e ansiedade, bem como prejuízos à aprendizagem. Além disso, a ausência de espaços apropriados para o lazer e socialização dentro das instituições de ensino compromete o desenvolvimento integral, já que os alunos passam grande parte de seu tempo na escola e, sem alternativas de entretenimento saudável, acabam privados de momentos de relaxamento e pertencimento. A situação se torna ainda mais evidente com a implementação da Lei nº 15.100/2025, que proíbe o uso de celulares nas escolas, ampliando a necessidade de alternativas que estimulem interações presenciais e saudáveis.

Diante disso, este estudo se justifica pela importância de compreender e aplicar, de forma adaptada, estratégias de endomarketing e gestão de pessoas em um cenário escolar. Embora tais práticas sejam comumente utilizadas em ambientes corporativos para valorizar e motivar colaboradores, sua aplicação no espaço educacional pode trazer benefícios significativos. A criação de uma área de jogos, por exemplo, representa não apenas um espaço de lazer, mas também um recurso capaz de melhorar a convivência, reduzir o estresse e estimular hábitos mais saudáveis, promovendo assim maior engajamento e melhor desempenho acadêmico.

Nesse contexto, parte-se da hipótese de que a implementação de uma área de jogos impactaria de forma positiva a vida dos estudantes, favorecendo a socialização, diminuindo os conflitos que ocorrem nos intervalos e contribuindo para uma experiência escolar mais motivadora e dinâmica. Além disso, acredita-se que tais espaços, ao substituírem o tempo antes destinado ao uso dos celulares, possam ampliar o sentimento de pertencimento dos alunos, fortalecendo os vínculos interpessoais e elevando a qualidade do ambiente educacional.

Assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar a viabilidade da criação de uma área de jogos na ETEC Machado de Assis, entendendo-a como estratégia de endomarketing voltada ao bem-estar dos alunos. Para tanto, busca-se, de forma específica, avaliar os aspectos estruturais e financeiros necessários à sua implementação, selecionar jogos que poderiam promover a interação social e o desenvolvimento de habilidades dos alunos caso a área de jogos fosse aplicada, e por fim, coletar sugestões e perspectivas dos estudantes para medir os impactos do que o espaço poderia mudar em sua motivação e qualidade de vida.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Gestão de Pessoas

Gestão de pessoas é a área responsável por gerenciar o capital humano de uma empresa ou instituição. Segundo Chiavenato (2014), as pessoas passam boa parte das suas vidas trabalhando em organizações. O trabalho toma um grande tempo das vidas e dos esforços das pessoas, que são dependentes da subsistência e do sucesso pessoal e é muito difícil separar o trabalho da existência das pessoas. Isso

pode ser aplicado no ambiente escolar, por conta de os estudantes passarem grande parte do seu dia dentro da instituição e quando estão em casa, junto com a família, devem dedicar um tempo para realizar os estudos e concluir as tarefas que são passadas pelos professores.

Pessoas como parceiras das organizações são capazes de conduzir a organização à superioridade e ao sucesso, realizando o trabalho com grande esforço, dedicação, responsabilidade, comprometimento e arriscando cada vez mais, com uma grande expectativa se colher retornos desses investimentos (CHIAVENATO, 2014). No ambiente escolar, podemos usar como exemplo os estudantes que se dedicam e participam de atividades, contribuem com ideias e respeitam as regras, eles mostram que também são parte ativa no sucesso da escola.

É de extrema importância que a escola esteja preparada e com profissionais que ajudem na gestão democrática escolar onde é exigido o envolvimento ativo de todos os participantes do processo educativo — incluindo os profissionais da educação e alunos — o que reforça práticas de endomarketing voltadas ao pertencimento, à valorização individual e ao compromisso coletivo com a qualidade da escola (PARO, 2012). As organizações estão percebendo que devem investir nos funcionários para poder prosperar, crescer e manter sua continuidade se forem capazes de otimizar o retorno dos investimentos e isso é a importância da gestão de pessoas. As pessoas aumentam ou reduzem as forças e as fraquezas da organização dependendo da forma que são tratadas. É necessário que essas pessoas sejam bem tratadas, assim como elementos básicos para eficácia da instituição, desta forma os objetivos da gestão de pessoas podem ser alcançados.

É possível observar o estresse sofrido pelos alunos dentro do ambiente escolar, muitas vezes causado pela sobrecarga de atividades, pressão de tempo e urgência como nervosismo, inquietude e tensão (CHIAVENATO, 2014).

Maslow (2010) e Mintzberg (2009) trazem a ideia de que a criação de uma área de jogos na escola pode ser vista como estratégia para atender as necessidades de socialização, pertencimento e autoestima dos alunos, podendo diminuir o estresse e trazendo um ambiente mais harmonioso e centrado nas salas de aulas quando necessário. No ambiente escolar, os alunos não aprendem apenas por teorias, mas também por práticas. Assim, como a gestão é formada no contexto e nas experiências, o aprendizado dos alunos também acontece quando estão inseridos no ambiente

escolar e sentem o senso de pertencimento. Assim, a aplicação desse espaço favorece o bem-estar, estimula relações e promove a motivação, criando um ambiente escolar mais acolhedor e produtivo.

Drucker (2001) traz a ideia de que é sim possível trazer um paralelo entre o “trabalhador do conhecimento” e os alunos no contexto escolar. Na era da informação, os alunos são protagonistas do próprio aprendizado e geradores de conhecimento. Podendo assim entender que a criação de uma área de jogos não prejudica o aprendizado dentro de sala, mas ajuda na socialização entre os alunos. Organização, coordenação, controle, comando e previsão são pontos indispensáveis para manter a ideia do espaço e trazer ao mesmo tempo o bom desempenho em sala. (Fayol 1990).

Marketing

Marketing são as atividades sistemáticas de uma organização humana com o objetivo de buscar e realizar trocas para o seu ambiente, com benefícios específicos (Richers, 1986).

Segundo Semenik e Bamossy (1995), o Marketing é uma filosofia de negócios, que a estratégia do planejamento é execução dos projetos da organização tem como principal objetivo satisfazer as necessidades de seus clientes. Churchill e Peter (2000), elaboram um conceito de que marketing é o planejamento e execução dos processos de criação e divulgação de um determinado produto ou serviço para criar trocas que vão satisfazer as metas individuais das organizações.

O marketing faz parte de um processo administrativo e social que os indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação e troca de produtos e valores com os outros (KOTLER e ARMSTRONG, 2003).

Endomarketing

Segundo o autor Bekin (1995) o endomarketing faz parte de um processo em que o principal foco é ajustar, implementar e operar a estrutura do marketing da organização que visa a ação para o mercado, onde seu objetivo é facilitar e realizar as trocas, assim, construindo relacionamentos com o público interno. Dias (2003) e Gronroos (2003) passam uma ideia similar quando dizem que o endomarketing é uma melhor forma de eliminar a competitividade entre os funcionários, melhorando o relacionamento entre eles, acreditando também que quando o relacionamento interno

da organização é bom, a produtividade aumenta e a empresa se coloca competitiva no mercado, além de que, a melhoria do ambiente organizacional é um dos principais objetivos para alcançar o próprio mérito. Porém esses processos precisam ser conduzidos com sensibilidade, de modo a gerar conexões autênticas, saudáveis e duradouras, que contribuem para um ambiente mais produtivo e motivador. (BRUMM, 2000)

Para uma empresa alcançar um crescimento, é essencial investir em projetos que fortaleçam o comprometimento dos colaboradores, eles precisam se formar com base em uma cultura organizacional que valorize o papel das pessoas na adaptação às tecnologias (CERQUEIRA, 1994). E tendo consigo uma estratégia de gestão, onde o seu objetivo é garantir que todos da organização compreendam e vivenciem o negócio da mesma forma, procurando desenvolver uma cultura organizacional que é orientada para o cliente.

Aplicando as ideias de endomarketing na criação de uma área de jogos na escola ETEC Machado de Assis, pode ser vista como uma valorização do bem-estar dos alunos, incentivando a busca pela excelência no ambiente escolar (CERQUEIRA, 1999).

Inspirando-se em Lorraine, que descreve a empresa como uma grande família onde os colaboradores cuidam do ambiente, das relações humanas e do bem-estar coletivo, pode-se aplicar esse mesmo princípio ao espaço escolar. A criação de uma área de jogos favorece o desenvolvimento de talentos, da criatividade e do relacionamento interpessoal, permitindo que os estudantes se sintam parte ativa de uma comunidade que valoriza seu bem-estar e participação. (GRUBS-WEST, 2007)

Na escola, ao criar uma área de jogos, é importante passar aos alunos o impacto deles no local, gerando orgulho e propósito, passando o sentimento de importância pelo desempenho acadêmico e com os alunos no pessoal. Esses espaços mostram que a escola valoriza sim o bem-estar, a convivência e os momentos de pausa como parte do aprendizado. Criando assim o sentimento de pertencimento do aluno, quando fica perceptível que está num ambiente onde é cuidado. (BRUM E BRUM, 2017)

3. METODOLOGIA

A pesquisa é classificada de natureza aplicada pois irá explorar o tema endomarketing, marketing e gestão de pessoas, visando entender como esse espaço interfere na socialização, no bem-estar e na motivação dos alunos no ambiente escolar.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa é quantitativa e qualitativa. É quantitativa porque coletamos dados através de entrevistas pelo Google Forms, que geraram números para analisar. Também é qualitativa, já que fizemos entrevistas presenciais e reuniões com coordenadores e professores, buscando entender melhor as opiniões e percepções sobre como o endomarketing, marketing e gestão de pessoas influenciam no ambiente escolar, tanto de forma positiva quanto negativa.

O objetivo da pesquisa é exploratório, pois através do levantamento bibliográfico foi possível obter maior familiaridade com o tema de endomarketing, marketing e gestão de pessoas. É também descritiva, pois descreveu as características dessas áreas e estabeleceu sua relação com o ambiente escolar. Além disso, é explicativa, porque busca compreender de forma mais profunda os fatores que justificam a aplicação dessas práticas dentro do contexto escolar, demonstrando como influenciam no desenvolvimento e na melhoria das relações organizacionais.

Os procedimentos técnicos utilizados foram bibliográficos e pesquisa-ação. O bibliográfico, porque se baseou em materiais já elaborados, como livros e artigos científicos, permitindo uma compreensão mais ampla sobre os fenômenos que envolvem o endomarketing, marketing e gestão de pessoas. Já o pesquisa-ação foi utilizado porque contou com a participação direta de coordenadores, professores e demais envolvidos no ambiente escolar, possibilitando não apenas a análise, mas também a busca de soluções para melhorar a realidade estudada.

Quanto à linha de trabalho, esta pesquisa é dedutiva, pois, a partir do estudo de conceitos de endomarketing, marketing e gestão de pessoas, foi possível compreender como essas práticas se aplicam no ambiente escolar, analisando seus efeitos na socialização, no bem-estar e na motivação dos alunos, confirmando com isso as hipóteses levantadas neste trabalho.

4. DESENVOLVIMENTO

Esse trabalho tem como tema central o endomarketing, marketing e gestão de pessoas, abordando especificamente a necessidade de oferecer aos alunos um espaço adequado para momentos de lazer e socialização dentro do ambiente escolar.

Aplicando as metodologias de Gestão de Pessoas, compreendemos que uma instituição precisa estar preparada para atender as necessidades dos alunos, não só dentro de sala com o aprendizado no dia a dia, mas também no que pode ser feito fora de sala, tanto em intervalos como em momentos de descontração em aulas vagas e dias festivos na escola. Garantir o bem-estar de todos em qualquer situação e ambiente em que estiver na escola.

Tendo em vista que o Marketing faz parte de um processo administrativo e social que busca suprir as necessidades de indivíduos, aplica-se ao contexto atual da instituição, onde uma área de jogos administraria a satisfação dos alunos referente a escola e realizaria trocas que beneficiariam ambas as partes, tanto a instituição que teria um espaço de criação de lazer e que poderia diminuir o uso de eletrônicos, quanto os alunos que teriam uma opção de atividades recreativas no âmbito escolar.

Implementando o Endomarketing fora das áreas administrativas e visando sua aplicação no meio escolar e a melhoria da construção de relacionamentos internos, traz-se a ideia de que representa uma estratégia que promove melhorias na qualidade de vida dos alunos, proporcionando momentos de lazer, interação e descontração no dia a dia. O que contribuiria para o aumento do foco e desempenho dentro de sala de aula, tendo em mente que o projeto representa uma possibilidade de diminuição do uso de eletrônicos no ambiente escolar.

O assunto surge da percepção de que a escola, atualmente, não dispõe de um local apropriado e protegido onde os estudantes possam participar de atividades recreativas, como jogos de mesa, de forma segura e confortável. Essa limitação se torna ainda mais evidente em dias de sol intenso ou de chuvas, momentos em que esses jogos se tornam limitados, prejudicando a interação e a motivação dos alunos durante o decorrer do dia.

A análise deste problema revela uma série de implicações, como a ausência de estímulo à socialização fora da sala de aula, o uso ineficiente dos intervalos escolares enquanto momentos de descontração, e a inexistência de um espaço que contribua diretamente com o bem-estar físico e emocional dos estudantes. Essa

carência pode resultar em desmotivação e em uma imagem negativa para a escola, que deixa de ser vista como um espaço acolhedor e agradável.

Diante disso, a solução proposta é a revitalização e cobertura de uma área já existente na escola, atualmente conhecida como Área Verde, transformando-a em um ambiente destinado à prática de jogos. Essa adaptação tem como objetivo proporcionar aos alunos um local permanente para socialização, lazer e desenvolvimento de habilidades cognitivas e sociais, independente das condições climáticas.

Para compreender melhor os estudos, têm-se outros objetivos: Analisar a viabilidade da criação de uma área de jogos no ambiente escolar, considerando aspectos estruturais, como disponibilidade de espaço físico e financeiro. Já que a inserção de uma área de jogos não se baseia apenas na ideia e a aplicação de uma hora para outra, é necessário todo um estudo por trás para certificação da viabilidade e levantamento de custos.

Com isso, é preciso identificar um espaço físico adequado que não interfira em espaços próximos que são destinados a alimentação, circulação de pessoas e salas de ensinos, além de ser necessário que essa área comporte os jogos e a movimentação de pessoas que será inserido nele. Assim, um local que se encaixa nos requisitos é a atual área verde, que tinha como função ser uma área voltada para descanso e uma mini horta. Porém o local também apresenta aspectos negativos que precisam de reforma, como o desnível do chão, paredes descascando, uma caixa de gordura que dificultaria a realização do conserto do desnível e a falta de cobertura. Segue as imagens:



Imagem 1: Área Verde
Fonte: Acervo do grupo (2025)



Imagem 2: fundo da Área Verde
Fonte: Acervo do grupo (2025)



Imagem 3: Parede da Área Verde
Fonte: Acervo do grupo (2025)

Por conta da falta de cobertura, realizamos um orçamento com duas opções: Sombrite e Telha Termoacústica, que dependeria do orçamento disponível, sendo o Sombrite uma opção provisória e a mais viável diante da situação atual.

- Para cobrir com telha termoacústica:



CQV Estruturas Metálicas
Cnpj: 31.047.359/0001-48
Telefone: (11) 5178-5467
WhatsApp: (11) 5178-5467
Endereço: Rua Raimundo da Cunha Matos, 115 – Sítio Morro Grande, São Paulo – SP

www.CQVEstruturasmetalicas.com.br
contato@central.atendimentos@gmail.com

1 - 04 TRELIÇAS METÁLICA
Medidas : (6,00 m x 0,30 m)

Descritivo Técnico:

- A Estrutura será confeccionada em Perfis em Aço
- Pintura Automotiva



1º) A título para a fabricação e instalação dos serviços a serem efetuados, o valor total de
RS 13.700,00 (Treze Mil e Setecentos Reais)
Entrada de 50% assintuatura do contrato.
Finalização 50% assintuatura do contrato.

2º) A título para a fabricação e instalação dos serviços a serem efetuados, o valor total de
RS 15.700,00 (Quinze Mil e Setecentos Reais)
Parcelado em 10 Vezes iguais no cartão de Credito.

Prazo Entrega 20 dias.

Imagem 4: Orçamento da Telha Termoacústica
Fonte: CQV Estruturas Metálicas

CINFER TELHAS		ORÇAMENTO N.: 37159		23/04/2025 15:21:38	
		CNPJ: 41.669.699/0001-64 AVENIDA PAPA JOAO PAULO 1, 7467 11 4574-5442 4574-5435 98773-0807			
Vendedor(a): SABRINA					
Código	Descrição	Quantidade	P.Unitário	Total	
31	TELHA TR 40 SANDUICHE GALVALUME 0,43 EPS 3000	6 PC	R\$ 956,00	R\$ 5736,00	
COM 10.000 MM					
FIM DOS ITENS					
Total em Produtos.: R\$				5736,00	
Total.: R\$				5736,00	
FORMAS DE PAGAMENTO					
A VISTA		R\$	5.309,82		
10 X SEM JUROS CARTÃO		R\$	5.736,00		
Observações:					
Prazo de Entrega: 10 a 20 dias uteis					
ORÇAMENTO VALIDO ATE 24/04/2025					
Smarter POS - Sua Venda Mais Esperta!					

Imagem 5: Segundo orçamento da Telha Termoacústica
Fonte: CINFER Telhas

- Para cobrir com sombrite 100%: Cada tela de 6x10m custaria R\$2552,00 - R\$255,20 (desconto estudantil) = R\$ 2296,80.



Imagem 6: Foto demonstrativa do Sombrite 100%
Fonte: Aplicativo de mercadorias Mercado Livre

- Para cobrir com sombrite 80%: Cada tela de 4x5m custaria R\$ 76,62. O total custará R\$ 306,48.



Imagem 7: Foto demonstrativa do Sombrite 80%



Imagem 9: Banner de revitalização da área
Fonte: Acervo do grupo (2025)



Imagem 10: Area coberta com Sombrite
Fonte: Acervo do grupo (2025)

Para a apresentação contamos com o auxílio de um slide, trazendo os pontos principais de nosso projeto, imagens com antes e depois do espaço e servindo como apoio visual, facilitando o entendimento do público.

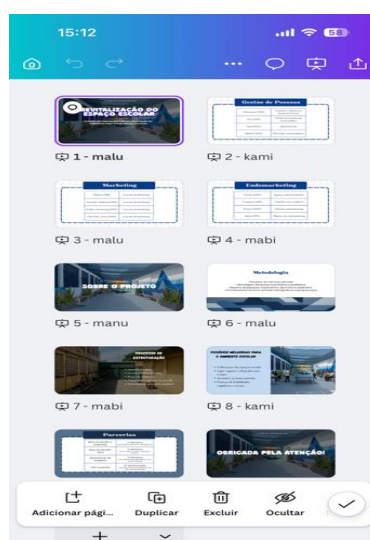


Imagem 11: Apresentação em Slide
Fonte: Acervo do grupo (2025)



Imagem 12: Capa da apresentação no Canvas
Fonte: Acervo do grupo (2025)

Tendo em vista que foi utilizado um sombrite 80% e que parte do dia foi chuvoso, foi possível analisar como ficaria o local em tempos de chuva, onde o sombrite ajudaria a diminuir o impacto da chuva, mas ainda sim vazaria, diferente de um dia de sol, onde o sombrite diminuiria a exposição dos raios solares nos estudantes e seria possível utilizar o espaço para socialização sem preocupações, ao contrário de um dia de chuva em que não é possível aproveitar a área proposta para lazer.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os argumentos apresentados, de criação de uma área de jogos na ETEC Machado de Assis demonstrou ser uma iniciativa importante e com potencial significativo para transformar o ambiente escolar em um espaço mais acolhedor, interativo e motivador. A análise teórica permitiu confirmar que práticas de endomarketing e gestão de pessoas, quando aplicadas ao contexto educacional, podem contribuir diretamente para o bem-estar dos estudantes, fortalecendo vínculos, reduzindo o estresse e estimulando a socialização durante os períodos de intervalo.

Os resultados práticos mostraram que a escola possui um espaço viável para a implementação do projeto, embora apresente desafios estruturais que precisariam

ser solucionados, como irregularidades no piso, parede desgastada, presença de caixa de gordura e ausência de cobertura definitiva. O teste realizado com o uso do sombrite 80% durante a Feira Tecnológica demonstrou eficácia parcial, protegendo contra o sol, mas evidenciando limitações consideráveis em dias de chuva.

Apesar dos avanços e do entusiasmo da comunidade escolar, alguns aspectos dificultaram a execução completa do projeto. Entre eles, destaca-se a falta de tempo para realizar todas as etapas de revitalização antes da Feira Tecnológica, o que limitou determinados ajustes que gostaríamos de ter concluído. Além disso, o orçamento reduzido impôs restrições importantes, impedindo que a cobertura definitiva com telha termoacústica e outras melhorias estruturais fossem implementadas no período previsto. Esses fatores reforçam a percepção de que o projeto, embora bem fundamentado e bem recebido, necessita de apoio financeiro e institucional mais amplo.

Outro ponto relevante foi o forte desejo de continuidade do projeto, tanto por nós quanto por parte dos alunos e da coordenação. A experiência prática mostrou que a criação desse espaço traria benefícios reais à vida escolar, o que gera a expectativa de que a instituição siga desenvolvendo, aperfeiçoando e implementando a área de jogos de maneira permanente.

REFERÊNCIAS

BEKIN, Saul Faingaus. **Endomarketing**: como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 186 p.

BRUM, Analisa de Medeiros e BRUM, Andressa de Medeiros. **Endomarketing Estratégico**: como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores. São Paulo: Integrare, 2017. 272 p.

CERQUEIRA, W. **Endomarketing**: Educação e Cultura para a qualidade. Rio de Janeiro: Qualimark, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações / Idalberto Chiavenato. -- 4. ed. -- Barueri, SP: Manole, 2014.

COSTA, Daniel. **Endomarketing Inteligente**: a empresa pensada de dentro para fora. Porto Alegre: Dublinense, 2010.

DRUCKER, Peter F. **Desafios Gerenciais para o Século XXI**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

FAYOL, Henri. **Administração Industrial e Geral**. São Paulo: Atlas, 1990.

GRUBBS-WEST, Lorraine. **Como transformar sua equipe no seu maior patrimônio**. [S.l.]: Indica Livros.

KOTLER, Philip. **Marketing de Serviços Profissionais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2002.

MASLOW, Abraham H. **Motivação e personalidade**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

MINTZBERG, Henry. **Managing**. São Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2009.

NASSAR, Paulo. **Comunicação Interna: A força das empresas**. São Paulo: Aberje, 2005.

PARO, Vitor Henrique. **Gestão democrática da escola pública**. 3. Ed. São Paulo: Ática, 2012.

RODRIGUES, Ricardo Rosseto. **Fundamentos de Marketing**. — Rio de Janeiro: Editora Universidade Estácio de Sá, 2014. 192 p.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, de maneira especial, ao Coordenador Paulo Pina, por toda a ajuda e apoio durante o desenvolvimento deste trabalho. Sua colaboração na aquisição dos materiais necessários e na devida aplicação de cada etapa foi fundamental para que pudéssemos alcançar nossos objetivos com qualidade e segurança.

Estendemos também nossa gratidão aos pais de cada integrante do grupo, que nos apoiaram de forma constante, oferecendo incentivo compreensão e suporte em todos os momentos. Sem esse apoio, nada teria sido possível.

Por fim, nossa orientadora foi a professora Sonia Fonseca, cuja orientação e dedicação foram essenciais para o desenvolvimento desse trabalho.

