Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"	Código: POL.INST.CMR.001
Política	Versão: 002
Institucional	Data da Emissão: 31/05/2023
Comunicação, Marketing e Relacionamento	Vencimento: 05 anos após aprovação

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELACIONAMENTO

Histórico de Versões

001 - Emissão Inicial

002 - Inserção de Especificações de Eventos, atualização do Diagrama Departamental.

Fase	Nome	Setor / Unid.	Data	Documento
Elaboração	Matheus Oliveira	Comunicação, Marketing e Relacionamento	14/12/2022	Matrícula: 17826
Revisão	Ingrid Alves	Imprensa e Conteúdo	31/05/2023	Matrícula: 30705
	Bárbara Ponce	Gestão de Comunicação, Marketing e	31/05/2023	Matrícula: 55640
Aprovação	Edna Tanaka	Gestão de Comunicação, Marketing e Relacionamento	31/05/2023	Matrícula: 54217

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

SUMÁRIO

1. OBJETIVO **3**

2. ABRANGÊNCIA / APLICAÇÃO **3**

3. DESCRIÇÃO **3**

4. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL **4**

4.1. ABRANGÊNCIA / APLICAÇÃO 4

4.2. USO DO NOME E/OU LOGOS DAS UNIDADES/SERVIÇOS, CEJAM OU PARCEIROS 4

4.3. CRIAÇÃO 4

4.4. CANAIS DE COMUNICAÇÃO DAS UNIDADES E SERVIÇOS 5

4.5. INFLUENCIADORES CEJAM 5

4.6. MÍDIAS SOCIAIS 6

4.6.1. MONITORAMENTO E RELACIONAMENTO 6

4.6.2. FACEBOOK (/cejamoficial) 6

4.6.3. INSTAGRAM (@cejamoficial) 6

4.6.4. LINKEDIN (/company/cejam/) 7

4.6.5. YOUTUBE 7

4.6.6. PORTAL CEJAM 7

4.6.7. WHATSAPP 7

4.6.8. HOTSITES 7

4.6.9. RESPONSABILIDADE DOS COLABORADORES 8

5. DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA POR PARTE DO PÚBLICO INTERNO **8**

5.1. CONDUTAS 8

6. COMUNICAÇÃO INTERNA **9**

6.1.1. TV CORPORATIVA 9

6.1.2. E-MAIL MARKETING 9

7. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA **9**

8. AUDITÓRIOS **10**

9. DIVULGAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DA POLÍTICA **10**

10. DIAGRAMA DEPARTAMENTAL **10**

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

1. OBJETIVO

Esclarecer às partes interessadas quanto às responsabilidades, diretrizes globais de funcionamento e objetivos da área da Comunicação.

Projetar a boa imagem das unidades e serviços gerenciados pelo CEJAM, construindo um relacionamento proativo, ético e de credibilidade a fim de implantar a cultura organizacional da Instituição nessas unidades e serviços.

Além de proporcionar, de forma padronizada, uma constante troca de informações entre o CEJAM e seus colaboradores por meio dos canais de comunicação institucional, garantindo uma comunicação assertiva e eficaz.

2. ABRANGÊNCIA / APLICAÇÃO

Aplica-se a todos os departamentos e setores de unidades e serviços de saúde sob gestão da Instituição.

3. DESCRIÇÃO

Essa Política de Comunicação estabelece diretrizes às unidades e serviços gerenciados pelo CEJAM, os quais devem promover um processo de comunicação integrado com os colaboradores, de forma alinhada ao Regulamento de Comunicação, Marketing e Relacionamento (CMR) do CEJAM. Para tanto, devem empregar uma estratégia de comunicação baseada nas seguintes diretrizes:

- Ampliar a visibilidade da Instituição;
- Fortalecimento da Marca CEJAM;
- Promover a identidade e a imagem da Instituição;
- Assegurar um processo de comunicação eficaz entre o CEJAM e seus diversos públicos de interesse;
- Respeitar o direito à confidencialidade e ao tratamento ético de dados de pacientes, criando relações de credibilidade e respeito;
- Seguir as diretrizes estabelecidas de comunicação do CEJAM, priorizando as ações que garantam a adequada tradução da cultura da Instituição junto aos diversos públicos e a sociedade.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

4. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

4.1. ABRANGÊNCIA / APLICAÇÃO

Aplica-se a todos os serviços gerenciados pelo CEJAM e Sede Administrativa.

4.2. USO DO NOME E/OU LOGOS DAS UNIDADES/SERVIÇOS, CEJAM OU PARCEIROS

Os nomes, logotipos e marcas são bens que devem ser utilizados apenas em prol dos próprios negócios da Instituição. Sendo assim, não devem ser usados para benefícios pessoais e de terceiros, nem ser associados a quaisquer finalidades ilícitas, nocivas, indevidas e não autorizadas.

Todos os colaboradores, membros do Corpo Clínico, trabalhadores temporários, estagiários, terceiros e prestadores de serviços devem cuidar para que não haja o uso indevido de formulários, papéis, carimbos que contenham os nomes, marcas e logos do CEJAM, mantendo-os com estrita conservação, guarda e vigilância devidas, para zelar pela reputação da marca.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

A utilização de imagem dos colaboradores está autorizada mediante à assinatura do Termo de Utilização de Imagem e Voz que é de responsabilidade da coleta pelo time de Gestão de Pessoas, no momento da contratação, e também, quando há necessidade específica, assinatura de um novo termo no momento da captação do vídeo e/ou foto para utilização somente em ambientes e canais oficiais da instituição.

4.3. CRIAÇÃO

Cabe ao time de criação o desenvolvimento e controle de layouts, peças institucionais, logos de campanhas, ambientação dos serviços de saúde e demais artes e peças do CEJAM, seguindo o padrão da Comunicação Corporativa estipulada e desdobrada na sede administrativa e unidades de saúde.

Cabe aos serviços de saúde, gerenciados pelo CEJAM, utilizarem e acompanharem sempre os padrões institucionais disponibilizados pela Sede Administrativa, não realizando alterações ou adaptações nas artes.

Todas as imagens utilizadas pelo time de criação, são compostas pelo banco de imagens nativos da instituição, bem como, utilização de imagens públicas através de uma plataforma externa contratada pelo time de comunicação, que disponibilizam imagens personalizadas e com direito de uso, mediante à assinatura do mesmo, como apoio para as criações e assertividade nas peças.

4.4. CANAIS DE COMUNICAÇÃO DAS UNIDADES E SERVIÇOS

É responsável por alinhar os valores e objetivos da Instituição com os colaboradores, bem como contribui para o clima organizacional e a disseminação de informações relevantes. No CEJAM, os canais de comunicação oficiais são: e-mail marketing, wallpaper dos computadores, TV Corporativa, intranet (CEJAM Cloud) e jornais murais. Para a liderança, existe o grupo de WhatsApp Institucional, onde são inseridos somente telefones corporativos.

Cabe a equipe de Comunicação fazer o gerenciamento dos canais de comunicação interna. No que se refere aos jornais murais, nos serviços de Saúde, contamos com os influenciadores CEJAM como apoio, para atualizar esses canais com materiais - peças relacionados às campanhas institucionais, de saúde e datas comemorativas - disponibilizados no CEJAM Cloud pelo time de Comunicação Corporativa CEJAM.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

4.5. INFLUENCIADORES CEJAM

Os "influenciadores" são colaboradores que atuam nas unidades de saúde gerenciadas pelo CEJAM, divididos conforme a regionalização, e tem como papel a **intermediação da comunicação nas unidades junto ao departamento de Comunicação Institucional**, em todos os municípios de atuação. Tem como objetivo:

- Potencializar e fortalecer a comunicação entre sede administrativa e unidades de saúde;
- Implantar, nas unidades, e sugerir novos fluxos Comunicação;
- Aprimorar a divulgação de conteúdos em geral;
- Otimizar campanhas, projetos e produtos institucionais, trazendo o engajamento e envolvimento dos colaboradores como resultado.

4.6. MÍDIAS SOCIAIS

As Mídias Sociais do CEJAM tem como finalidade de gerar relacionamento com seu público-alvo e divulgar as ações que são realizadas nas unidades e serviços de saúde sob sua gestão, com foco no protagonismo da Instituição, fortalecendo a marca Institucional para público interno e externo, e estes conteúdos alinhados à estratégia da Instituição. Para tanto, um colaborador deve ser designado, pela gerência/direção da unidade/serviço, a enviar os conteúdos (fotos e informações sobre as iniciativas) para a equipe de Comunicação CEJAM.

4.6.1. MONITORAMENTO E RELACIONAMENTO

Cabe à área de Comunicação CEJAM, o monitoramento das mídias sociais, este é realizado diariamente, com o intuito de estabelecer um relacionamento sólido com os seguidores de cada respectiva plataforma, proporcionando conteúdos de qualidade e relevância para esse público. Além disso, realiza-se o SAC 2.0 para acolher e direcionar os usuários, em caso de dúvidas relacionadas às unidades e serviços, aos canais oficiais da Instituição.

4.6.2. FACEBOOK (/cejamoficial)

Nesta plataforma, são divulgados conteúdos e ações ligadas às Campanhas de Saúde, Institucionais e eventos, assim como informações relevantes sobre promoção e prevenção à saúde.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

4.6.3. INSTAGRAM (@cejamoficial)

O CEJAM utiliza o Instagram - principal canal de fortalecimento da marca - para gerar interações por meio de posts, enquetes e pesquisas, de forma interativa, relacionadas às iniciativas realizadas nas unidades e serviços gerenciados pela Instituição que aumentem o alcance da marca e o engajamento dos seguidores.

4.6.4. LINKEDIN (/company/cejam/)

Focada no relacionamento profissional e networking, a plataforma é utilizada para divulgar ações de desenvolvimento profissional e engajamento dos colaboradores, além de oportunidades de vagas e banco de talentos.

4.6.5. YOUTUBE

Neste canal, encontram-se os mais diversos vídeos produzidos pelo CEJAM, segmentados por categorias, que fortalecem a expertise da Instituição.

4.6.6. PORTAL CEJAM

Tem como finalidade divulgar informações sobre a Instituição, seus serviços, áreas de atuação, qualificações, produtos e parcerias.

4.6.7. WHATSAPP

Considerada uma das principais redes sociais de mensagens instantâneas, o Whatsapp é utilizado pelo CEJAM para promover um contato ágil com as unidades e serviços de saúde. Para tanto, existem os seguintes grupos:

- Somos CEJAM: Grupo criado para otimizar o acesso a informação, divulgação de benefícios e campanhas que serão trabalhadas ao longo de cada mês. Somente liderança com telefones corporativos são adicionados a esse grupo.

- Ações nas Unidades: Grupo exclusivo para envio de conteúdos e fotos de iniciativas promovidas pelo #TimeCEJAM. Os líderes das unidades e núcleos podem indicar participantes, que ficarão responsáveis pelo envio dessas informações.

4.6.8. HOTSITES

A fim de agilizar, centralizar e padronizar o acesso às informações do CEJAM, são criados hotsites para campanhas institucionais estratégicas, que ficam acessíveis de forma temporária, dentro do período da ação.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

Além disso, são desenvolvidos hotsites (modelo institucional) para unidades estratégicas que necessitam do serviço web para fins de certificação ou serviços na própria Unidade, gerenciados pelo CEJAM, com o objetivo de garantir a padronização da linguagem, acesso à informação atualizada e transparência.

Todos os hotsites são elaborados por uma equipe multidisciplinar, formada por profissionais de comunicação, jornalistas, marketing digital, UX e desenvolvedores, que atuam com foco no protagonismo do CEJAM e sua identidade.

4.6.9. RESPONSABILIDADE DOS COLABORADORES

Aplica-se a todos os colaboradores, Corpo Clínico, trabalhadores temporários, estagiários, terceiros e prestadores de serviços a responsabilidade de preservar a imagem de pacientes e usuários atendidos nas unidades e serviços gerenciados pela Instituição, assim como zelar pela imagem do CEJAM, lidando de forma cautelosa e criteriosa com comentários, fotos, vídeos e demais conteúdos relacionados à organização ou produzidos nas dependências dos serviços sob sua gestão.

5. DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA POR PARTE DO PÚBLICO INTERNO

Os colaboradores, integrantes do Corpo Clínico, prestadores de serviços e terceiros são elos importantes na relação entre unidades/serviços e usuários. Espera-se que cada colaborador, individualmente, busque manter-se informado sobre os objetivos e a missão do CEJAM e que, o seu dia a dia, seja parte desses objetivos, atuando como agente de divulgação das realizações da Instituição.

Todos devem estar conscientes de que a imagem da unidade/serviço é formada a partir de um conjunto amplo de situações. Dessa forma, as condutas listadas abaixo têm o objetivo de conscientizar o público interno, em todos os níveis, para o fato de que a imagem da unidade/serviço se constrói também a partir da postura e do comportamento individual, tendo todos os agentes envolvidos a responsabilidade de contribuir para essa boa imagem.

5.1. CONDUTAS

5.1.1. Não é permitido a qualquer colaborador divulgar informações consideradas confidenciais ou estratégicas, que não devem ser acessíveis ao público externo. Exemplos de informações confidenciais ou estratégicas: dados e estado clínico de pacientes, cadastro de funcionários, informações provenientes de contatos com autoridades normativas e órgãos governamentais, informações referentes

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

a contratos e fornecedores, informações financeiras, planos estratégicos, entre outros dados;

5.1.2. Cada colaborador é responsável pela integridade das informações sob seu controle;

5.1.3. Os uniformes dos colaboradores, incluindo os jalecos utilizados pelo Corpo Clínico, são considerados canais de divulgação da marca. Portanto, desaconselha-se a sua utilização fora das dependências da unidade/serviço. Todas as solicitações de pacientes relacionadas às unidades/serviços e seus produtos, bem como reclamações, elogios e críticas devem ser encaminhadas ao SAU (Serviço de Atenção ao Usuário);

5.1.4. As solicitações de veículos de imprensa ou órgãos governamentais devem ser encaminhadas à equipe de CMR, por meio dos canais disponibilizados no CEJAM Cloud (Imprensa). Nenhum colaborador está autorizado a conceder entrevistas ou falar em nome do CEJAM sem prévia autorização da Diretoria da Instituição.

6. COMUNICAÇÃO INTERNA

Qualquer necessidade de comunicação para o público interno deverá ser direcionada à Diretoria Administrativa e Gerência de Gestão de Pessoas, que farão uso dos materiais disponíveis no CEJAM Cloud.

6.1.1. TV CORPORATIVA

Cabe ao time de Comunicação, a elaboração, com apoio das áreas e veiculação dos conteúdos na TV Corporativas que estão localizadas nos andares e em alguns serviços CEJAM.

6.1.2. E-MAIL MARKETING

Cabe ao time de comunicação a elaboração e acompanhamento do envio de e-mails marketing, que tem como objetivo a veiculação de informações, avisos bem como a divulgação de eventos e programas que acontecem na Instituição.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

7. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Toda comunicação com a imprensa é realizada por meio da equipe de Comunicação (contatos disponíveis no CEJAM Cloud), cabendo às unidades/serviços direcionar e comunicar quaisquer demandas relacionadas a veículos de imprensa e o time de comunicação fará toda a interface entre o solicitante, levantamento de informações e respostas, com a validação final dos gestores envolvidos no processo, conforme documento de Fluxo de tratamento de demandas de Imprensa, localizado nos documento associados.

8. AUDITÓRIOS

Cabe ao time de comunicação o gerenciamento, monitoramento e controle do auditório da Sede CEJAM, bem como o apoio, quando necessário, dos auditórios regionais em que estes recebam eventos institucionais.

Em caso de contratação de empresas terceiras para sonorização e/ou equipamentos para transmissão/gravação, este deve ser realizado pelo time de comunicação, baseado na necessidade do evento e estrutura física do auditório da unidade solicitante.

9. UTILIZAÇÃO DE QR CODES.

10. RELACIONAMENTO INSTITUCIONAL

11. DIVULGAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DA POLÍTICA

Compete a todos os gestores das unidades/serviços, gerenciados pela Instituição, dar visibilidade a essa política, com o intuito de que seus respectivos colaboradores, inclusive aqueles que vierem a ser contratados após a sua publicação, tenham acesso às informações e diretrizes contidas na mesma.

12. TIPIFICAÇÃO DE EVENTOS

Cabe ao time de Comunicação, Marketing e Relacionamento Institucional realizar assessoria às áreas, nos eventos realizados pela organização, e o apoio quanto à classificação dos eventos para melhor direcionamento interno e necessidades de contratações:

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

12.1. Seminários: Os seminários são caracterizados por uma sequência de atividades aplicadas por profissionais especializados e de caráter educativo. O objetivo é fazer com que os participantes desenvolvam novas capacidades e se informem sobre o tema abordado, podem ser transmitidos ao vivo. Outra característica são debates seguidos de exposição, discussão e conclusão, mas sem o objetivo de chegar a conclusões definitivas. Como a informação parte de uma única fonte (o especialista), não existe muito espaço para pontos de vista diferentes do que está sendo exposto. Na exposição, o profissional fornece as informações de que os participantes precisam para possibilitar a reflexão e a discussão sobre o tema. A discussão ocorre entre grupos formados pelos presentes que, em seguida, também farão uma exposição temática, para, ao final, serem apresentadas as conclusões. Uma característica importante é que esses eventos costumam seguir uma metodologia mais elaborada, pois há o objetivo de fazer uma análise e interpretação de fenômenos e/ou dados vistos sob um ângulo científico, experimental e humano. Por isso, é necessário seguir alguns passos como:

- Determinação do problema a ser trabalhado;
- Definição de onde surgiu o problema e as hipóteses a serem trabalhadas;
- Escolha do tema;
- Desenvolvimento do tema;
- Elaboração de um plano de pesquisa;
- Definição de fontes de referência a serem utilizadas;
- Realização da pesquisa sobre o tema;
- Elaboração do conteúdo para o evento.

12.2. Simpósios: Os simpósios são eventos corporativos que ocorrem com a presença de um coordenador/moderador. Ele tem a função de apresentar os convidados, que, necessariamente, são especialistas nos temas abordados, além de, como o nome sugere, moderar a explanação sobre o assunto. Em seguida, o público pode participar enviando perguntas para cada um dos convidados. O moderador as escolhe e formula para que os especialistas respondam diretamente a plateia, como se estivessem sendo entrevistados pelo moderador. O ponto central de um simpósio é o debate de um tema por parte dos oradores, mas de forma expositiva, ou seja, cada um expondo o seu ponto de vista, não há propriamente uma discussão direta entre eles — como em uma mesa-redonda, por exemplo. Em todos os casos, não costumam ser muito longos, apenas o suficiente para a transmissão de informações bem específicas.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

12.3. **Treinamentos e cursos:** Os treinamentos e cursos também fazem parte do conceito de eventos corporativos. No caso de treinamentos, estamos falando de um processo de curto prazo. O objetivo é transmitir ou reciclar em relação a um determinado conhecimento ou prática. Assim, são abordados temas específicos e procura-se desenvolver habilidades ou atitudes relacionadas à execução de tarefas — costumando envolver a otimização desses procedimentos. Pode ser, por exemplo, um treinamento de admissão, onde os novos colaboradores de uma empresa são informados e treinados para desenvolver suas atividades de rotina. Mas também podem ser usados para formação e reciclagem. O comum é que ocorram durante apenas alguns dias ou divididos em etapas, mas algumas empresas promovem longos treinamentos quando se tratam de operações complexas.

Os cursos costumam ser usados como sinônimos de treinamentos, mas para sermos mais específicos podemos diferenciá-los considerando que abordam temas mais abrangentes.

Ou seja, o objetivo não está limitado a algumas tarefas necessárias ao trabalho em uma função específica, mas envolve o conhecimento relativo à área de conhecimento que engloba o tema proposto. Os cursos também costumam ser mais teóricos, embora não exclua totalmente a prática. Pode ser indicado tanto para pessoas sem nenhum conhecimento sobre o assunto (cursos básicos), como para quem deseja se aprofundar (cursos de especialização).

Abaixo, apresentamos dois conceitos que comumente são confundidos, relativos a tipos diferentes de cursos e treinamentos, os de capacitação e os de qualificação.

Veja as características de cada um:

12.4. **Qualificação:** Qualificado é aquele que está apto a exercer uma função. Envolve experiência, escolaridade e os cursos de formação. A qualificação é uma medida de quão apto está o profissional para desenvolver seu trabalho e entregar um bom resultado.

12.5. **Capacitação:** Capacitar é fornecer o conhecimento que um profissional qualificado precisa para exercer seu trabalho em contextos mais específicos. É uma forma de desenvolver novas habilidades e aprimorar outras, visando uma atuação mais pontual.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

Por exemplo, um administrador de empresas com experiência em empresas de tecnologia, é qualificado para gerenciar uma, mas pode precisar de capacitação adicional para trabalhar com gestão da inovação.

12.6. **Workshops e oficinas:** São eventos corporativos em que especialistas discorrem sobre um assunto específico, apresentam novas técnicas ou novos temas para o público interessado. Há uma exposição inicial de conteúdo, seguida de uma discussão, de uma prática em grupos (por isso o nome de oficina), e uma etapa de conclusão. Assim, há uma vivência que é muito útil e eficiente nos treinamentos pessoais, pois o conhecimento é absorvido por meio da experiência conjunta, o que facilita a fixação do conteúdo. Esse formato não costuma ser usado com grandes grupos e é muito comum que seja aplicado em projetos de consultoria, por exemplo. Workshops podem durar um ou dois turnos de 4 horas, por isso, é preciso que sejam bastante dinâmicos e programados intervalos — que ajudam a relaxar, promover integração e networking. Para isso, é importante encontrar um local com um ambiente propício para essas pausas e não apenas para a oficina. Uma dica importante para esse tipo de evento é deixar os assuntos mais robustos para o início, quando os participantes estão mais descansados. Assim como no caso dos outros tipos de evento, também é fundamental pensar no pós-encontro. Para a maioria deles, pode enviar certificados.

12.7. **Palestras:** Palestras são eventos de curta duração, de uma ou duas horas, que abordam temas relevantes para os participantes através de um especialista. Podem ter caráter de palestra motivacional, comportamental ou instrutiva. Porém, não permitem aprofundamento. Comumente são usadas para despertar o interesse em um assunto ou para cumprir objetivos bem específicos, como aumentar o entusiasmo para realização de uma tarefa — no caso das motivacionais. Muitas vezes elas não estão diretamente ligadas a atividade desempenhada pelos participantes na empresa, podem abordar direitos e deveres, questões éticas, práticas ou até qualidade de vida. É muito comum que ocorram como atividades em eventos maiores, como congressos e feiras. Além disso, também são oferecidas por entidades e associações com a participação de várias empresas.

12.8. **Webinar:** Webinar é uma palavra originada do inglês e serve como uma abreviação para web-based seminar (seminário realizado pela internet, em livre tradução). Na prática, o webinar é uma espécie de videoconferência utilizada tanto para fins comerciais quanto educacionais. Também é feito para entregar conteúdos ricos, gerar

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

leads e firmar a sua autoridade sobre um determinado assunto através de plataformas de transmissão, ex.: Zoom, Google Meeting.

12.9. **Coquetel:** Reunião cujo objetivo é a comemoração de alguma data ou acontecimento. Este evento acontece rapidamente, não excedendo a duas horas de duração, e são servidas bebidas, doces e salgados. É um tipo de refeição onde geralmente os convidados ficam de pé. O serviço de Coquetel Party é volante e são servidos salgadinhos e canapés que são comidos com as mãos. Acompanhando, servem-se refrigerantes, coquetéis com e sem álcool bem como bebidas em geral, dependendo do escopo do evento.

12.10. **Almoço Network:** Trata-se de um almoço de trabalho. O tempo é aproveitado para a discussão de um tema específico, durante aquela refeição. A reunião pode ser direta, durante o almoço, ou ter começado cedo e, no intervalo, é colocada a mesa rapidamente, para que, no retorno dos participantes, seja servida a comida no gênero empratado.

12.11. **Inauguração:** Ato festivo que marca o início da utilização de um prédio, um sistema, ou galeria de quadros e fotos.

12.12. **Assinatura de Convênios, Tratados, de Acordos, Protocolo ou Carta de Intenções:** Cerimônias que marcam o início de um trabalho a serem desenvolvidas pelas partes que o firmam, incluindo ou não questões financeiras.

12.13. **Entrega de obras de revitalização/adequação de espaços:** Termo atualmente usado para a reinauguração de uma obra. Não se inaugura duas vezes o mesmo local, por isso se usa a palavra revitalização.

12.14. **Mesa-redonda:** Debate entre os especialistas convidados. Possui em sua estrutura um moderador, uma exposição com tempo limitado de cada especialista sobre o tema e, ao final, um debate entre eles. Também são respondidas perguntas dos participantes, mas no mesmo formato, com um debate direto. Devido a essa característica a participação do moderador é muito mais importante. Ele precisa articular bem os temas de debate, estimular a participação de todos e manter um clima de descontração sem perder um tom que provoque reflexão e o máximo aprofundamento possível.

12.15. **Conferências:** É uma reunião que conta com a presença de um conferencista, que detém amplo conhecimento de um determinado assunto. Ao final da exposição do

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

conferencista é aberto espaço para o público fazer perguntas. Essas perguntas deverão seguir uma ordem preestabelecida, como um número determinado, ou numa ordem sequencial.

12.16. **Assembleia:** Assembleia é uma reunião cujos participantes são representantes de algum grupo, região, estado, país etc. O objetivo da assembleia é debater assuntos de interesse geral dos participantes. Normalmente as conclusões são colocadas em votação, porém somente têm direito a voz e voto os participantes inscritos; os demais têm direito só a voz.

12.17. **Fórum:** É um evento no qual a exposição de ideias é feita com a presença de um coordenador. Sua característica é a discussão e o debate, e ao final do evento o coordenador expõe as decisões finais para todo o grupo. Dependendo do número de participantes este evento poderá acontecer de um ou mais dias.

12.18. **Exposição:** É uma reunião que tem como objetivo divulgar produtos ou serviços. De maneira semelhante às feiras, exposições são eventos, usualmente de grande porte, que reúnem empresas em estandes. Seu objetivo, porém, é exibir conteúdo técnico, seja em forma de obras de arte, protótipos ou equipamentos produtivos. A venda ocorre de forma indireta, e não é a razão essencial pela qual empresas, pessoas e marcas se fazem presentes.

12.19. **Convenção:** Geralmente de cunho empresarial; tem por objetivo a transmissão de ideias a respeito de um tema específico, exemplo: troca de experiências a respeito de vendas. É uma oportunidade para a empresa transmitir motivação para os funcionários. Também são usados por entidades empresariais ou políticas, com o objetivo de desenvolver ações em defesa de interesses comuns. Existem, por exemplo, as convenções coletivas, que são reuniões organizadas com a participação de representantes de classes trabalhistas. No caso das convenções de vendas, elas podem reunir distribuidores e representantes além dos vendedores. O objetivo é promover um produto ou serviço, mostrando suas características, para que os participantes possam desempenhar melhor o seu trabalho. Além dessas, também existem as de congraçamento, as de final de ano e as comemorativas, que incluem atividades de confraternização e outras ações com o objetivo de estimular os participantes ao engajamento em relação aos interesses da empresa (premiações e outras formas de valorização dos profissionais que se destacaram no trabalho). O encerramento é produzido para ser inesquecível e marcante.

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

12.20. **Congressos:** Congressos são grandes eventos que ocorrem em um período determinado. Dependendo da complexidade do tema e do número de participantes, o evento pode ser realizado em vários dias. Durante sua execução podem acontecer várias atividades — como se fossem pequenos eventos internos. Assim, eles englobam palestras, mesas redondas, simpósios, debates, entre outros similares sobre os quais falaremos abaixo. Os internacionais incluem eventos com participação de integrantes de outros países em seus painéis, comissões ou nas outras atividades que os compõem. O objetivo da promoção dos congressos é o enriquecimento científico e cultural dos participantes e, para isso, eles reúnem entidades, universidades ou associações de classe. Possui uma temática baseada em um interesse específico do grupo para o qual eles são destinados, incluindo a divulgação de tendências de setores específicos. Por isso, todas as atividades são elaboradas respeitando um tema determinado, de forma a abordar de maneira mais abrangente o conhecimento sobre o assunto.

12.21. **Feira:** A exemplo de exposições, a feira tem por objetivo divulgar e também vender produtos. Cada expositor organiza seu espaço denominado stand, para chamar a atenção do público e vender seus produtos. As feiras podem ser de ordem comercial, industrial ou puramente promocional, porém o ponto forte de toda feira é a divulgação de produtos. Em muitos casos, não é permitida a comercialização durante sua execução, pois o objetivo é exclusivamente de fazer contatos — o que sempre é a principal intenção de uma feira comercial. Um objetivo que tem sido facilitado com a utilização dos contatos. Paralelamente ao espaço de exposição, costumam ocorrer palestras, congressos e outros eventos. Muitas empresas promovem ações no próprio stand, como demonstrações de produtos em horários específicos e outras iniciativas com o objetivo de atrair o público. Além disso, a equipe precisa estar treinada sobre como agir e, em muitos casos, os expositores contratam artistas e modelos para o trabalho. São distribuídos materiais gráficos, brindes e sacolas. É lógico que a localização e o tamanho do espaço também precisam ser adequados. Feiras funcionam muito melhor quando é feito um trabalho prévio, convidando clientes e potenciais clientes, enviando cupons para retirada de brindes ou participação em sorteios e outras ações que atraiam visitantes.

12.22. **Roadshows (eventos on the road):** Road se traduz por estrada. Portanto, o roadshow pode ser entendido como uma exposição itinerante. Suas características se assemelham às dos workshops, mas eles se diferenciam justamente porque os

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

roadshows são realizados na forma de um circuito, percorrendo vários locais diferentes. Normalmente eles possuem um período de duração mais curto. É um modelo muito eficiente do ponto de vista promocional, permitindo apresentações segmentadas e muito próximas do público que se pretende atingir. Necessariamente, eles não ocorrem como atividades isoladas. Uma empresa pode programar um circuito de demonstrações em feiras e centros comerciais.

12.23. **Eventos Científicos:** Os eventos científicos são atividades que buscam reunir pesquisadores e interessados em diversos âmbitos do saber, para discutir e atender as diversas questões científicas. Além disso, também atuam como plataforma de divulgação para os trabalhos, promovendo e incentivando campos de pesquisa e pesquisadores.

12.24. **NOTA: É Importante que todos os eventos que se classificarem como científicos, sejam submetidos a uma avaliação prévia pelo time de Pesquisa e Inovação aplicada e devem seguir a Rotina de Eventos Científicos.**

13. DOCUMENTOS ASSOCIADOS

RFL.ADM.CMR.IMPC.001.001 - TRATAMENTO PARA DEMANDAS DE IMPRENSA

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br

14. DIAGRAMA DEPARTAMENTAL

CEJAM
Centro de Estudos e Pesquisas "Dr. João Amorim"
Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01513-020
11 3469-1818
cejam@cejam.org.br
cejam.org.br