



## **TREINAMENTO CORPORATIVO: A INFLUÊNCIA DA CAPACITAÇÃO INTERNA NO APRIMORAMENTO DA COMUNICAÇÃO ENTRE EQUIPES**

Corporate Training: the influence of internal training for improvement of communication between teams

**Kamilly Ingrid Pereira Santos <sup>1</sup>**  
Graduanda em Administração pela UniEVANGÉLICA- GO.

**Daniel Hassel Mendes <sup>2</sup>**  
Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso – GO

---

<sup>1</sup> Kamilly Ingrid Pereira Santos - Bacharelanda no curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás – UNIEVANGÉLICA. Email: [ingridkamilly00@icloud.com](mailto:ingridkamilly00@icloud.com)

<sup>2</sup> Daniel Hassel Mendes – Professor do curso de Administração da Universidade Evangélica de Goiás - UNIEVANGÉLICA – Brasil - Email: [daniel.mendes@docente.unievangelica.edu.br](mailto:daniel.mendes@docente.unievangelica.edu.br)



## RESUMO

Este estudo teve como propósito analisar o impacto dos treinamentos corporativos na comunicação interna da empresa Haza Tomates LTDA, localizada em Goiânia/GO. A pesquisa parte da constatação de que falhas comunicacionais podem comprometer o desempenho organizacional, e que treinamentos estruturados representam uma estratégia eficaz para promover integração, reduzir conflitos e fortalecer a cultura empresarial. Para isso, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a gestora de Recursos Humanos da empresa, visando compreender os tipos de treinamentos aplicados, seus objetivos e os resultados percebidos. Os dados revelaram que a Haza Tomates mantém um cronograma contínuo de capacitações, com destaque para o treinamento de Comunicação e Feedback, considerado o mais impactante. Os resultados apontam melhorias na clareza das orientações, na integração entre setores e na satisfação dos clientes. Também foram observados ganhos em produtividade, engajamento e qualidade do trabalho. Contudo, persistem desafios como resistência à mudança, falta de tempo para capacitação e necessidade de personalização dos conteúdos. Conclui-se que os treinamentos corporativos têm contribuído significativamente para o desenvolvimento humano e organizacional da empresa, sendo a comunicação eficaz o principal vetor de transformação. A continuidade e o acompanhamento das ações são essenciais para garantir a sustentabilidade dos resultados.

**Palavras-chave:** Comunicação interna. Treinamento corporativo. Integração organizacional.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the impact of corporate training on the internal communication of the company Haza Tomates LTDA, located in Goiânia/GO. The research is based on the finding that communication failures can compromise organizational performance, and that structured training represents an effective strategy to promote integration, reduce conflicts and strengthen business culture. For this, a semi-structured interview was conducted with the company's Human Resources manager, aiming to understand the types of training applied, their objectives and the perceived results. The data revealed that Haza Tomates maintains a continuous training schedule, with emphasis on Communication and Feedback training, considered the most impactful. The results point to improvements in the clarity of guidelines, in the integration between sectors and in customer satisfaction. Gains in productivity, engagement, and quality of work were also observed. However, challenges persist such as resistance to change, lack of time for training, and the need to personalize content. It is concluded that corporate training has contributed significantly to the human and organizational development of the company, with effective communication being the main vector of transformation. The continuity and monitoring of actions are essential to ensure the sustainability of the results.

**Keywords:** Internal communication. Corporate training. Organizational integration.

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um dos pilares fundamentais para o funcionamento eficiente das organizações, influenciando diretamente o desempenho, a integração das equipes e a produtividade geral. Quando consolidada de forma eficaz, ela permite que os objetivos estratégicos sejam amplamente compreendidos, reduz conflitos internos, promove tomadas de decisão mais assertivas e fortalece a coesão organizacional (Chiavenato, 2004; Robbins, 2005).



Apesar de sua relevância, muitas empresas ainda enfrentam desafios significativos na comunicação interna, o que pode resultar em atrasos em projetos, desalinhamento estratégico, baixa motivação dos colaboradores e outros entraves que comprometem o bom desenvolvimento empresarial (Beutler; Neves, 2017). Nesse sentido, torna-se necessário adotar intervenções estruturadas capazes de aprimorar a troca de informações, fortalecer vínculos e aumentar a eficiência organizacional (Monteiro; Kuhll; Angnes, 2021).

Entre essas intervenções, o treinamento corporativo destaca-se como uma estratégia essencial para promover a integração, desenvolver competências comunicacionais e preparar colaboradores e gestores para lidar com situações complexas no ambiente de trabalho (Matos, 2025). Estudos apontam que programas de capacitação têm contribuído significativamente para a melhoria da comunicação entre equipes e para o fortalecimento da cultura organizacional (Argentina; Tiossi, 2023). Contudo, ainda existem lacunas quanto à compreensão de como esses treinamentos são estruturados, de que forma vêm sendo implementados e quais fatores podem limitar sua efetividade prática.

Nesse cenário, este estudo propõe analisar o caso da empresa Haza Tomates LTDA, localizada em Goiânia/GO, a fim de compreender, sob a ótica de seus gestores, de que maneira os treinamentos internos implementados têm impactado a comunicação organizacional e, indiretamente, os resultados da empresa. Assim, a questão que orienta esta pesquisa é: como os treinamentos corporativos desenvolvidos na Haza Tomates contribuem para a melhoria da comunicação interna e quais reflexos podem ser percebidos na produtividade e no desempenho organizacional?

O objetivo geral da pesquisa é analisar a percepção dos gestores da Haza Tomates acerca do impacto dos treinamentos internos na comunicação entre equipes. De forma específica, busca-se mapear o histórico e os tipos de treinamentos realizados na empresa, identificar percepções sobre sua eficácia na melhoria da comunicação, avaliar se esses impactos podem ser percebidos em indicadores de produtividade, engajamento ou resultados da organização e, por fim, apontar barreiras e oportunidades para otimizar programas futuros.

A relevância do estudo está no fato de que compreender a relação entre treinamento corporativo e comunicação interna, a partir de um caso concreto, possibilita às organizações desenvolverem práticas mais assertivas de gestão de pessoas, minimizando conflitos, fortalecendo a cultura empresarial e potencializando a produtividade. Ademais, ao revelar a visão dos gestores sobre os impactos dos treinamentos e suas limitações, a pesquisa pode contribuir



com subsídios teóricos e práticos tanto para o aprimoramento das políticas internas da empresa estudada quanto para outras organizações do setor.

Espera-se, por fim, que os resultados desta investigação ampliem o debate sobre o papel estratégico dos treinamentos corporativos, reforçando sua importância como ferramenta para a melhoria da comunicação e para o fortalecimento do desempenho organizacional.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Comunicação Organizacional

De acordo com Robbins (2005, p. 232), "nenhum grupo pode existir sem comunicação", sendo ela indispensável para o compartilhamento de significados entre os membros. A comunicação possibilita a transmissão de informações e ideias de uma pessoa para outra. Entretanto, o autor enfatiza que ela não se restringe à mera transmissão de mensagens: para ser efetiva, precisa ser compreendida.

No contexto organizacional a comunicação pode ser entendida como o processo estratégico pelo qual uma organização estabelece fluxos de informação, diálogo e interação entre seus diversos públicos internos e externos, com o objetivo de alinhar pessoas, processos e valores em torno de metas comuns (Torres, 2017). Diferente da comunicação cotidiana, ela não se restringe à simples transmissão de mensagens, mas envolve a construção de sentido, a criação de vínculos e a consolidação de uma identidade organizacional (António, 2023; Robbins, 2005).

No ambiente corporativo, a comunicação funciona como um eixo estruturante da gestão, pois impacta diretamente na motivação dos colaboradores, na clareza das metas, na adesão a normas e políticas internas e no fortalecimento da cultura organizacional (António, 2023). Por isso, autores como Torres (2017) ressaltam que a comunicação deve ser compreendida como uma ferramenta estratégica de gestão, e não apenas como um setor ou departamento isolado.

#### 2.1.1 Abordagens teóricas: do clássico ao contemporâneo

Por sua importância na prática organizacional, a comunicação no ambiente corporativo tem sido objeto de diferentes abordagens teóricas ao longo do tempo, acompanhando as transformações sociais, econômicas e tecnológicas que impactaram as formas de gerir e estruturar as organizações.



Entre as teorias clássicas, destaca-se a Teoria da Administração Científica de Frederick Taylor, que enxergava a comunicação de maneira funcional, como um instrumento voltado à transmissão de ordens e instruções, privilegiando a eficiência e o controle. De forma semelhante, a Teoria Clássica de Henri Fayol reforçava a comunicação vertical e hierarquizada, compreendida como um mecanismo de coordenação e disciplina dentro da estrutura organizacional. Já a Teoria da Burocracia, formulada por Max Weber, introduziu a ideia de formalização dos processos comunicativos, entendendo-os como parte essencial da racionalidade administrativa e da padronização de procedimentos (Chiavenato, 2000).

Com a Teoria das Relações Humanas, proposta por Elton Mayo, houve um avanço significativo, pois a comunicação passou a ser vista não apenas como fluxo de informações, mas como fator determinante para a motivação, a integração e o clima organizacional. Esse movimento abriu espaço para uma concepção mais humana e interacional, valorizando os aspectos psicológicos e sociais da comunicação no ambiente de trabalho (Chiavenato, 2000; Maximiano, 2020).

Em um estágio mais contemporâneo, a Teoria dos Sistemas trouxe uma visão integrada, em que a organização é entendida como um sistema aberto, em constante interação com o ambiente externo (Maximiano, 2020). Nessa perspectiva, a comunicação organizacional passou a ser vista como um processo dinâmico, essencial para a adaptação, a troca de informações e a retroalimentação. Posteriormente, com a Teoria da Contingência, consolidou-se a ideia de que a comunicação deve ser ajustada às características, necessidades e contextos específicos de cada organização, rompendo com modelos rígidos e universais (Motta, Vasconcellos, 2010).

Atualmente, novas abordagens ampliam a compreensão desse campo. A perspectiva da Comunicação Integrada, defendida por autores como Margarida Kunsch, entende que a comunicação nas organizações deve ser estratégica e articulada, englobando as dimensões interna, institucional e mercadológica de forma coesa (Chiavenato, 2000). Além disso, as teorias contemporâneas destacam o papel da comunicação digital, das redes sociais e da transparência como elementos indispensáveis para a construção da imagem e reputação organizacional em um contexto globalizado e altamente conectado (Motta, Vasconcellos, 2010).

Dessa forma, observa-se que a evolução das teorias da comunicação organizacional reflete uma transição: do foco mecanicista e hierárquico das abordagens clássicas, para uma concepção mais relacional, estratégica e adaptativa nas teorias atuais, em que a comunicação é



entendida não apenas como ferramenta operacional, mas como um ativo fundamental para o desenvolvimento organizacional e para a consolidação de sua legitimidade social.

### **2.1.2 *Tipos de comunicação organizacional***

De modo geral, a comunicação organizacional costuma ser classificada em quatro tipos principais: interna, externa, formal e informal, cada uma com características próprias que serão apresentadas de forma breve a seguir.

#### **2.1.2.1 *Interna e externa***

A comunicação interna refere-se ao fluxo de informações dentro da organização, abrangendo líderes, gestores e colaboradores em diferentes níveis hierárquicos. Quando bem estruturada, promove engajamento, senso de pertencimento e reduz ruídos que podem comprometer a produtividade (Robbins, 2005). Nesse sentido, destaca Chiavenato ao falar sobre a importância da clareza e abertura na comunicação interna:

[...] a comunicação é de duas mãos, o presidente e os executivos são acessíveis a todos, conversam com todos e não ficam em salas trancadas. Os funcionários são informados sobre todas as decisões que afetam suas vidas e a da empresa. Podem fazer sugestões, críticas e falar de suas preocupações com a cúpula e defender-se de ações injustas. Um bom exemplo é a política de ‘portas abertas’ (Chiavenato, 2014, p.414).

Dentro da comunicação interna, a comunicação interequipes merece destaque. Ela ocorre entre diferentes departamentos ou grupos de trabalho e é fundamental para o alinhamento de objetivos, a coordenação de tarefas e a redução de conflitos entre setores (Almeida, 2000), contribuindo para o aumento da produtividade, da integração organizacional e da troca de conhecimentos, funcionando como ponte entre as diferentes áreas da empresa (Barrichello, 2016).

Já a comunicação externa é direcionada ao público fora da empresa, como clientes, fornecedores, parceiros e sociedade em geral. Ela se manifesta em campanhas publicitárias, marketing institucional, atendimento ao consumidor e relações públicas, refletindo diretamente a imagem e a reputação da organização perante o mercado (Barrichello, 2016)



### 2.1.2.1 *Formal e informal*

A comunicação formal segue fluxos previamente definidos, como relatórios, circulares, reuniões e documentos oficiais, garantindo organização e rastreabilidade das informações. De acordo com Robbins (2005), a essa comunicação exerce papel fundamental nos bons resultados da organização, tendo impacto direto na gestão de pessoas e no bem-estar no ambiente de trabalho. Em suas palavras:

A melhoria da comunicação organizacional formal com os funcionários reduz as incertezas por diminuir a ambigüidade e os conflitos de papéis. Dada a importância que a percepção tem na moderação da relação entre o estresse e a resposta que ele provoca, os executivos podem utilizar a comunicação efetivamente para moldar a percepção dos funcionários. Lembre-se de que aquilo que o funcionário entende como demanda, ameaça ou oportunidade é apenas a interpretação dele, e esta pode ser afetada pelos símbolos e ações comunicados pelos dirigentes da empresa (Robbins, 2005, p.249).

Por fim, a comunicação informal, também conhecida como “rede de boatos” ou “rádio-corredor”, ocorre de forma espontânea entre os colaboradores, sem seguir protocolos estabelecidos. Apesar de muitas vezes ser vista como prejudicial, pode ter papel positivo na socialização dos membros da equipe, desde que não seja alimentada por informações distorcidas (Robbins, 2005).

Em suma, compreender e aplicar adequadamente os diferentes tipos de comunicação organizacional, incluindo a comunicação interequipes, é um fator estratégico para o bom funcionamento de qualquer instituição, pois influencia a motivação, a produtividade e a coesão entre os indivíduos que a compõem (Chiavenato, 2014). No entanto, essa tarefa não é simples, já que existem desafios que podem comprometer os processos comunicacionais e, consequentemente, afetar negativamente os resultados organizacionais.

### 2.1.3 *Desafios comuns*

Um dos principais obstáculos enfrentados em sede de comunicação organizacional é a falta de clareza nas mensagens, que pode gerar interpretações equivocadas, ambiguidades e confusão entre os colaboradores. Conforme ressaltado no tópico que abordou a importância da comunicação formal, quando informações importantes não são transmitidas de forma objetiva ou



completa, aumenta-se a probabilidade de erros operacionais e atrasos em processos críticos (Berg, 2012).

Ademais, em muitas organizações, o fluxo de comunicação segue um padrão vertical rígido, dificultando o diálogo entre diferentes níveis da estrutura, criando uma espécie de “barreira hierárquica”. De acordo com Maximiano (2020), esse tipo de limitação pode impedir que ideias e feedbacks do nível operacional cheguem à alta direção, comprometendo a tomada de decisão e reduzindo o engajamento dos colaboradores.

A falta de integração entre equipes e departamentos também é um ponto crítico. A comunicação interequipes, quando negligenciada, resulta em descoordenação, duplicidade de tarefas e conflitos internos, prejudicando a colaboração e a eficiência organizacional. Além disso, diferenças culturais, linguísticas ou de estilo de trabalho entre grupos podem intensificar esses problemas, tornando a gestão da comunicação ainda mais complexa (Maximiano, 2020; Berg, 2012).

Outro desafio relevante é a resistência à comunicação. Colaboradores podem se mostrar relutantes em compartilhar informações ou em participar de processos comunicativos por medo de críticas, represálias ou por falta de confiança na liderança. Nesse mesmo contexto, falhas em sistemas de mensagens, falta de familiaridade com ferramentas digitais ou insuficiência de canais adequados também dificultam a troca rápida e eficaz de informações, impactando diretamente na produtividade e na integração dos membros da equipe (Chiavenato, 2002).

Ressalta-se, entretanto, que assim como a ausência de comunicação é um problema, a sobrecarga de informação também se apresenta como uma questão sensível, especialmente em organizações com grande volume de dados e múltiplos canais de comunicação, pois quando os colaboradores são expostos a excesso de informações, torna-se difícil distinguir o que é relevante, aumentando o risco de desgaste, estresse e erros na execução de tarefas (Chiavenato, 2002; Chiavenato, 2014).

Diante desses desafios, torna-se evidente que a comunicação organizacional não é apenas a transmissão de mensagens, mas um processo estratégico que exige planejamento, clareza, integração e atenção às barreiras humanas e tecnológicas. Superar essas dificuldades é essencial para que a comunicação contribua efetivamente para o alinhamento estratégico, a coesão das equipes e o desenvolvimento organizacional (Davesssa, 2016). Nesse sentido, o treinamento corporativo surge como uma ferramenta fundamental, capaz de aprimorar competências



comunicacionais, reduzir ruídos e fortalecer a cultura organizacional, o que será explorado no próximo tópico.

## 2.2 Treinamento Corporativo

O treinamento corporativo pode ser entendido como um processo estruturado de aprendizagem no qual os colaboradores de uma organização adquirem ou aperfeiçoam conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para o melhor desempenho de suas funções (Madruga, 2018). De acordo com Chiavenato (2014), o treinamento é o processo de capacitação das pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, de modo a contribuir para os objetivos da organização e para o desenvolvimento de suas próprias carreiras. Trata-se, portanto, de uma prática estratégica que ultrapassa a simples transmissão de informações técnicas, assumindo papel central no fortalecimento da cultura organizacional e no alcance de resultados sustentáveis (Madruga, 2018).

Entre os principais objetivos do treinamento corporativo, destaca-se a melhoria contínua do desempenho individual e coletivo, alinhando as competências dos colaboradores às metas organizacionais. Para Borges, Abad e Mourão (2006), o treinamento tem como finalidade não apenas suprir lacunas de desempenho, mas também antecipar-se a demandas futuras, preparando os trabalhadores para mudanças no mercado e na própria estrutura da organização. Além disso, contribui para a integração das equipes, o fortalecimento da comunicação interna e a construção de um ambiente colaborativo.

Outro ponto relevante é que o treinamento corporativo auxilia na retenção de talentos e na motivação dos colaboradores. De acordo com Dessler e Varella (2011), programas de treinamento bem estruturados aumentam a satisfação no trabalho, reforçam o comprometimento e reduzem índices de rotatividade, fatores que impactam diretamente na competitividade empresarial. Nesse sentido, o investimento em capacitação não deve ser visto como custo, mas como um ativo estratégico.

Em síntese, o treinamento corporativo é uma prática de gestão de pessoas que visa potencializar a eficiência, a inovação e a adaptabilidade das equipes cujos objetivos centrais são aprimorar competências, alinhar pessoas à estratégia organizacional, fomentar motivação e engajamento, além de preparar a empresa para enfrentar desafios futuros, constituindo-se como



uma ferramenta indispensável para organizações que buscam não apenas sobreviver, mas se destacar em um cenário competitivo e dinâmico.

### **2.2.1 *Tipos de treinamentos corporativos***

Os treinamentos podem ter diferentes ênfases, dependendo das necessidades da organização. Por exemplo, podem ser voltados à capacitação técnica, promovendo conhecimentos específicos de uma função, para o desenvolvimento de habilidades interpessoais como liderança e comunicação, para o treinamento de integração de novos colaboradores, ou ainda programas de educação continuada, que acompanham o ciclo de carreira dos profissionais. Em todos os casos, o foco está na criação de valor tanto para o indivíduo quanto para a organização (Madruga, 2018).

A seguir, serão abordadas as quatro principais classificações de treinamento organizacional: treinamento de integração, técnico, comportamental e de desenvolvimento gerencial. Dentre essas categorias, será dada ênfase ao treinamento comportamental, por ser o espaço no qual se insere o vetor da comunicação, foco central deste estudo.

#### **2.2.1.1 *Integração ou acolhimento***

Voltado a novos colaboradores, tem como objetivo familiarizá-los com a cultura organizacional, valores, missão, visão, políticas internas e processos básicos da empresa. Segundo Quintanilha (2013), esse tipo de treinamento é essencial para reduzir a ansiedade inicial e aumentar o engajamento do funcionário desde o primeiro momento, fortalecendo sua adaptação e pertencimento à instituição.

#### **2.2.1.2 *Técnico ou Operacional***

Focado no desenvolvimento de habilidades práticas relacionadas ao desempenho de tarefas específicas, como operação de máquinas, uso de softwares ou procedimentos padronizados. Nascimento (2019) aponta que esse tipo de treinamento é indispensável em ambientes industriais e tecnológicos, onde a precisão e a padronização são cruciais para a qualidade do trabalho.



#### 2.2.1.3 *Gerencial e de Liderança*

Destinado a cargos de supervisão, coordenação e alta gestão, visa o desenvolvimento de competências de planejamento, tomada de decisão, gestão de pessoas e visão estratégica. Nascimento (2019) ressalta que esse treinamento é essencial para preparar líderes capazes de lidar com contextos de incerteza, mudanças rápidas e demandas crescentes por inovação.

#### 2.2.1.4 *Comportamental (Soft Skills)*

O treinamento comportamental, também conhecido como desenvolvimento de soft skills, refere-se ao conjunto de práticas educacionais e formativas voltadas para aprimorar habilidades interpessoais, socioemocionais e comportamentais dos colaboradores. Diferente dos treinamentos técnicos, que desenvolvem as chamadas *hard skills*, que são as competências específicas e mensuráveis, como o domínio de um software ou técnica de trabalho, o foco do treinamento comportamental está em competências subjetivas, mas igualmente essenciais para a performance e para o clima organizacional (Serpa, Seffrin, 2021).

Segundo Chiavenato (2014), a eficácia organizacional depende tanto das competências técnicas quanto das habilidades sociais e emocionais dos indivíduos, já que o desempenho no trabalho não é apenas uma questão de saber fazer, mas também de como se relacionar, comunicar e colaborar. Nesse sentido, o treinamento comportamental é visto como um fator estratégico para potencializar a motivação, reduzir conflitos e fortalecer a cultura organizacional.

Entre as principais soft skills trabalhadas em treinamentos comportamentais, destaca-se a capacidade de expressar ideias com clareza e escuta ativa, fundamental para evitar ruídos e promover alinhamento, sendo essa a vertente mais representativa da comunicação interpessoal. Ademais, habilidades voltadas para a cooperação, resolução conjunta de problemas e fortalecimento do espírito coletivo são fundamentais no contexto do trabalho em equipe e colaboração (Schulz, 2008).

Outros pontos trabalhados nesse formato de treinamento incluem habilidades de liderança e influência positiva, a partir do desenvolvimento de competências relacionadas à gestão de pessoas, tomada de decisão, inspiração e engajamento de equipes; habilidades para resolução de conflitos e técnicas de negociação para lidar com divergências de maneira construtiva,



preservando relacionamentos e foco nos resultados; além do fortalecimento da criatividade e inovação a partir do fomento da capacidade de pensar fora do convencional e propor soluções diferenciadas (Matos, 2020; Schulz, 2008).

A Inteligência emocional é outro fator importante, atuando no fortalecimento de características como autoconhecimento, empatia, autocontrole e resiliência, aspectos destacados por Serpa e Seffrin (2021) como determinantes para o sucesso profissional.

Os objetivos do treinamento comportamental vão além da melhoria individual. Eles incluem o fortalecimento das relações de trabalho, a criação de ambientes organizacionais mais saudáveis, o estímulo à motivação intrínseca e a promoção da adaptabilidade diante das transformações constantes do mercado. Em um mundo corporativo marcado pela era digital e pela complexidade das relações de trabalho, desenvolver soft skills torna-se crucial para que os profissionais se destaquem, independentemente de sua área técnica (Travassos, 2019).

Além disso, pesquisas de instituições como o World Economic Forum (2020) reforçam que as soft skills, como resolução de problemas, pensamento crítico, colaboração e flexibilidade, estão entre as competências mais demandadas para o futuro do trabalho. Isso demonstra que as organizações que investem em treinamentos comportamentais estão não apenas desenvolvendo seus colaboradores, mas também garantindo vantagem competitiva no mercado.

Em suma, o treinamento comportamental em soft skills fortalece não apenas a comunicação e o trabalho em equipe, mas também a cultura de confiança, engajamento e inovação dentro da organização. No entanto, o treinamento organizacional frequentemente enfrenta barreiras que comprometem sua eficácia e, se não forem devidamente compreendidas e enfrentadas, reduzem o impacto positivo que o treinamento poderia gerar na performance organizacional.

### **2.2.2 Principais Barreiras**

A implementação de treinamentos corporativos costuma esbarrar em múltiplos desafios, os quais podem estar relacionados a limitações estruturais, resistências culturais, dificuldades de adaptação tecnológica ou, ainda, a fatores intrínsecos aos próprios colaboradores.

De acordo com Chiavenato (2014), uma das barreiras mais significativas é a resistência dos colaboradores à mudança. Muitas vezes, os indivíduos enxergam o treinamento como uma ameaça à sua zona de conforto ou acreditam que sua experiência prévia já é suficiente para



desempenhar suas funções. Esse fenômeno está associado ao que Kurt Lewin (1947) descreveu em sua teoria da mudança organizacional: a necessidade de "descongelar" antigos hábitos para que novas práticas possam ser assimiladas. Sem essa abertura psicológica, o aprendizado dificilmente se consolida.

Outra barreira relevante é a falta de alinhamento entre o treinamento e os objetivos estratégicos da organização. Quando os programas de capacitação não dialogam diretamente com as demandas reais do negócio, acabam sendo vistos como perda de tempo e de recursos. Como defende Chiavenato (2014), o treinamento deve estar intrinsecamente conectado às metas da empresa, funcionando como instrumento de competitividade e não como atividade isolada.

Entre os obstáculos tecnológicos, destaca-se a limitação de recursos e infraestrutura. Ambientes de aprendizagem precários, ausência de ferramentas adequadas ou baixa familiaridade dos colaboradores com plataformas digitais de ensino podem comprometer treinamentos presenciais e online. No contexto atual de transformação digital, a falta de investimento em tecnologia se torna ainda mais crítica (Madruga, 2018).

Além disso, há a barreira da cultura organizacional rígida ou pouco voltada para o aprendizado contínuo. Empresas que não valorizam a educação corporativa ou que mantêm estruturas hierárquicas extremamente fechadas tendem a dificultar a troca de conhecimento e a experimentação de novas práticas (Madruga, 2018). Peter Senge (1990), ao propor a ideia das "Organizações de Aprendizagem", destacou que o aprendizado coletivo só floresce em contextos que incentivam a inovação, a colaboração e a reflexão crítica.

Por fim, é necessário considerar a falta de avaliação e acompanhamento dos resultados como uma barreira relevante. Quando não há métricas claras para medir os impactos do treinamento, perde-se a possibilidade de identificar pontos fortes e de melhoria, levando à desmotivação e à descrença sobre a real eficácia do processo (Madruga, 2018).

Em síntese, superar as barreiras ao treinamento organizacional exige uma abordagem estratégica e sistêmica, que considere tanto os aspectos técnicos e estruturais quanto os humanos e culturais. Além de promover o desenvolvimento de competências, os treinamentos funcionam como instrumentos de comunicação interna, capazes de alinhar mensagens, reforçar valores e reduzir ruídos entre líderes e equipes.

Partindo desse panorama inicial sobre comunicação e treinamento corporativo, o presente estudo avança para examinar a interseção entre ambos, explorando de que forma os processos de capacitação impactam a comunicação nas organizações. Essa análise se apoiará nos resultados de



pesquisas que demonstram como diferentes modalidades de treinamento influenciam os vetores comunicacionais, permitindo uma avaliação crítica de seus efeitos e limitações.

### 3 METODOLOGIA

Tratou-se de uma pesquisa aplicada, de abordagem qualitativa e caráter exploratório, desenvolvida por meio de um estudo de caso único na empresa Haza Tomates LTDA, localizada em Goiânia/GO. O estudo teve como objetivo principal analisar a percepção dos gestores acerca do impacto dos treinamentos internos na comunicação organizacional e, de maneira indireta, nos resultados alcançados pela empresa.

Buscou-se compreender de que forma os treinamentos corporativos implementados na Haza Tomates influenciaram a comunicação entre as equipes, segundo a ótica dos gestores, bem como identificar possíveis reflexos dessa influência nos indicadores de desempenho empresarial.

De forma mais específica, pretendeu-se mapear o histórico e os tipos de treinamentos realizados na organização, identificar as percepções dos gestores quanto à eficácia dessas ações na melhoria da comunicação interna, avaliar se tais impactos puderam ser associados a indicadores de produtividade, engajamento ou desempenho geral da empresa e, por fim, detectar barreiras e oportunidades para a otimização de treinamentos futuros.

A pesquisa foi realizada com gestores selecionados em razão de sua experiência com a implementação ou participação em treinamentos corporativos, bem como por sua visão estratégica da operação e pela interação com diferentes setores da empresa, como produção, logística e recursos humanos.

A coleta de dados foi conduzida por meio de entrevistas semiestruturadas, com duração estimada entre 10 e 20 minutos, devidamente gravadas mediante consentimento dos participantes, e posteriormente transcritas para análise. Além disso, foram considerados documentos internos da empresa relacionados aos treinamentos, incluindo planos de capacitação, materiais utilizados nos programas formativos e relatórios de desempenho ou indicadores associados aos setores envolvidos.

A participação no estudo foi voluntária, com direito de desistência a qualquer momento, sendo assegurados o anonimato e a confidencialidade das informações. Para tanto, os participantes assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido, no qual constava a



ciência sobre os objetivos da pesquisa, a utilização dos dados exclusivamente para fins acadêmicos e a garantia de sigilo em relação às respostas individuais.

### 3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Haza Tomates LTDA é uma empresa do setor agrícola localizada em Goiânia/GO, especializada na produção e comercialização de tomates. Com atuação voltada para o mercado regional e nacional, a empresa tem investido em treinamentos corporativos como estratégia para fortalecer sua cultura organizacional, melhorar a comunicação interna e aumentar a produtividade.

Buscando compreender os principais treinamentos desenvolvidos pela organização e os resultados percebidos a partir dessas ações, no dia 12 de setembro de 2025, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a gestora de Recursos Humanos da empresa Haza Tomates, cujos principais resultados se apresentam a seguir.

Inicialmente questionada sobre quais treinamentos são mais frequentemente aplicados, a gestora destacou que a Haza Tomates mantém um cronograma contínuo de capacitações voltadas tanto ao desenvolvimento técnico quanto ao comportamental dos colaboradores. Para sistematizar as informações obtidas durante a entrevista, apresenta-se a seguir o quadro com os principais treinamentos, seus objetivos e resultados observados:

**Tabela 1** – Principais treinamentos corporativos e resultados observados na Haza Tomates LTDA

Treinamento	Objetivo Principal	Resultados Observados
Integração de Novos Colaboradores	Alinhar cultura, normas e processos.	Adaptação rápida e menor rotatividade.
Comunicação e Feedback	Melhorar a clareza e o diálogo entre equipes.	Redução de conflitos e retrabalho.
Liderança e Gestão de Equipes	Desenvolver líderes e engajamento.	Aumento da produtividade e da motivação.
Segurança no Trabalho	Prevenir acidentes e reforçar disciplina.	Cumprimento de normas e redução de afastamentos.
Qualidade e Produtividade no Campo	Padronizar processos e optimizar produção.	Aumento da eficiência e da qualidade do produto.



Atendimento ao Cliente	Profissionalizar relações comerciais.	Maior fidelização e satisfação dos clientes.
Inteligência Emocional e Trabalho em Equipe	Desenvolver empatia e colaboração.	Clima organizacional positivo e retenção de talentos.
Sustentabilidade e ESG	Promover práticas ambientais responsáveis.	Imagen fortalecida e acesso a novas parcerias.

**Fonte:** Elaboração própria a partir da entrevista com a gestora de RH da Haza Tomates (2025)

Dentre os principais treinamentos, a entrevista mencionou os programas de Integração de Novos Colaboradores, Comunicação e Feedback, Liderança e Gestão de Equipes, Segurança no Trabalho, Qualidade e Produtividade no Campo, Atendimento ao Cliente e Relacionamento Comercial, Inteligência Emocional e Trabalho em Equipe e Sustentabilidade e ESG, conforme sintetizado na tabela acima.

Segundo a gestora, o treinamento de integração tem como objetivo garantir que todos os colaboradores compreendam, desde o primeiro dia, a cultura organizacional da Haza, seus valores, normas de segurança e processos internos. Essa etapa inicial é vista como estratégica para reduzir a curva de adaptação, evitar dúvidas recorrentes e fortalecer o sentimento de pertencimento entre os novos integrantes da equipe. Ao promover esse alinhamento desde o início, a empresa busca não apenas transmitir informações operacionais, mas também criar vínculos, gerar confiança e preparar os colaboradores para atuar de forma coerente com os princípios da organização.

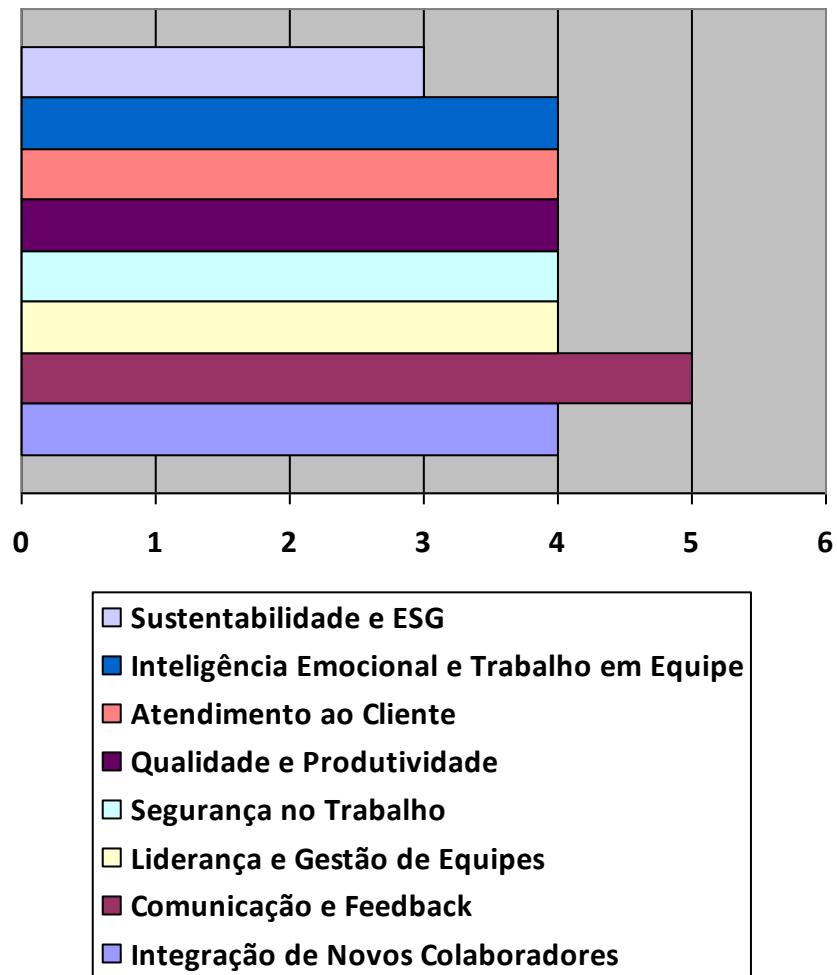
Essa preocupação está em sintonia com o que defende Chiavenato (2014), ao considerar que a integração não se limita à recepção formal, mas representa uma fase decisiva para consolidar o engajamento, estimular o comprometimento e minimizar a rotatividade nos primeiros meses de trabalho, fatores que influenciam diretamente a estabilidade e o desempenho das equipes.

Posteriormente, ao ser questionada sobre quais desses treinamentos geraram maior impacto, a gestora foi enfática ao afirmar que o programa de Comunicação e Feedback se destacou como o mais relevante. Segundo ela, *“a clareza nas orientações e a prática de feedbacks construtivos transformaram o ambiente, diminuíram ruídos e aumentaram o alinhamento entre setores”*.



O gráfico a seguir sintetiza a avaliação do impacto dos principais treinamentos realizados na Haza Tomates, conforme a percepção da gestora de Recursos Humanos:

**Gráfico 1 – Avaliação do impacto dos principais treinamentos na Haza Tomates (Escala de 1 a 5)**



**Fonte:** Elaboração própria a partir da entrevista com a gestora de RH da Haza Tomates (2025)

A análise dos dados apresentados no Gráfico 1 evidencia que o treinamento de Comunicação e Feedback obteve o maior nível de impacto (nota 5), seguido por programas com impacto alto (nota 4), como Integração de Novos Colaboradores, Liderança e Gestão de Equipes, Segurança no Trabalho, Qualidade e Produtividade no Campo, Atendimento ao Cliente e Inteligência Emocional e Trabalho em Equipe. Apenas o treinamento de Sustentabilidade e ESG foi avaliado com impacto moderado (nota 3), o que sugere que suas práticas ainda estão em fase de consolidação dentro da organização.



De acordo com a gestora entrevistada, os resultados mais expressivos do programa de Comunicação e Feedback se devem à sua aplicabilidade imediata no cotidiano de trabalho, refletindo em melhor alinhamento entre setores, redução de conflitos e aumento da eficiência operacional. Esse efeito encontra respaldo na literatura de Robbins (2005), que destaca a comunicação como elemento essencial para o desempenho coletivo e a integração entre equipes.

Os demais treinamentos, ainda que com impacto ligeiramente menor, também contribuíram de forma significativa para o fortalecimento da cultura organizacional. Conforme observa Chiavenato (2002), programas voltados à liderança e à gestão de pessoas são determinantes para sustentar o engajamento e o comprometimento dos colaboradores, o que pode ser percebido na Haza Tomates por meio do aumento da motivação e da redução da rotatividade.

Esses dados vão ao encontro do que ensina Robbins (2005), sobre a comunicação eficaz ser um dos pilares centrais da produtividade e da coesão organizacional. Na prática, a empresa percebeu melhor fluidez entre as equipes de campo, logística e administração, o que se refletiu na redução de atrasos e no aumento da eficiência geral.

A entrevistada explicou ainda que, antes dos treinamentos, havia falhas na comunicação entre os setores de colheita e transporte, o que causava perdas logísticas e atrasos nas entregas. Após a implantação de checklists e reuniões rápidas de alinhamento, observou-se uma redução de 20% nas perdas operacionais.

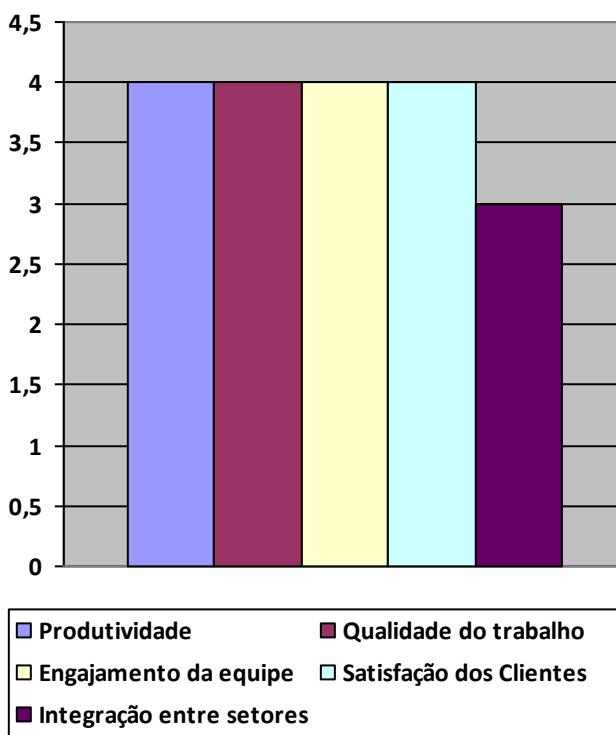
Além disso, os treinamentos de Liderança e Gestão de Equipes fortaleceram a figura do líder como mediador e facilitador, resultando em maior engajamento e motivação entre os colaboradores. De acordo com Chiavenato (2002), essa postura da liderança é essencial para criar um ambiente organizacional positivo e participativo.

A entrevistada destacou ainda que os resultados ultrapassaram o nível interno, refletindo também na satisfação dos clientes. Segundo ela, *“com a comunicação mais alinhada, as entregas ficaram mais pontuais e os clientes mais satisfeitos”*. Isso confirma o que a literatura de gestão da qualidade sustentada proposta por Madruga (2015), onde a comunicação eficiente é elemento essencial na cadeia de valor, influenciando diretamente o desempenho final percebido pelo cliente.

Por fim, quando solicitada a avaliar o impacto geral dos treinamentos, a gestora atribuiu nota 4 (impacto alto) em uma escala de 1 a 5, justificando que, embora os ganhos em produtividade, qualidade e clima organizacional tenham sido expressivos, ainda há desafios relacionados à integração intersetorial e ao acompanhamento pós-treinamento.



**Gráfico 2** – Impactos gerais percebidos com os treinamentos na Haza Tomates (Escala de 1 a 5)



**Fonte:** Elaboração própria a partir da entrevista com a gestora de RH da Haza Tomates (2025)

Observa-se que os maiores impactos dos treinamentos se concentram em produtividade, engajamento e satisfação dos clientes, enquanto a integração entre setores ainda representa um ponto de atenção para aprimoramento futuro. Neste ponto a gestora destacou alguns desafios que ainda persistem na aplicação dos treinamentos, sobretudo no que se refere à comunicação.

Entre os principais obstáculos estão a limitação de tempo e disponibilidade dos colaboradores, a resistência inicial à mudança de hábitos antigos, a falta de acompanhamento sistemático para reforçar os aprendizados, a necessidade de adequação do conteúdo ao perfil de cada equipe, tornando-o mais prático e conectado à realidade do campo e da logística, e a persistência de ruídos na comunicação intersetorial, especialmente entre produção e comercial.

Segundo Chiavenato (2014), a eficácia dos treinamentos depende não apenas do conteúdo aplicado, mas também da continuidade, acompanhamento e contextualização das práticas, reforçando a importância de estratégias pós-treinamento. Complementarmente, Robbins (2005)



ressalta que a comunicação eficaz é um processo contínuo, que exige feedback constante e integração entre equipes para consolidar os resultados.

Dessa forma, embora os treinamentos da Haza Tomates tenham gerado melhorias expressivas, os desafios apontados evidenciam a necessidade de ações de reforço, personalização e alinhamento estratégico para garantir que os ganhos em comunicação se mantenham sustentáveis ao longo do tempo.

Em síntese, a entrevista demonstra que os treinamentos corporativos na Haza Tomates têm contribuído significativamente para o desenvolvimento humano e organizacional, promovendo uma cultura de melhoria contínua. A comunicação eficaz emergiu como principal vetor de transformação, com reflexos positivos nos níveis produtivo, relacional e estratégico, corroborando a literatura contemporânea sobre gestão de pessoas e aprendizado organizacional. Ressalta-se, contudo, que a consolidação de um sistema periódico de acompanhamento dos resultados de treinamento é essencial para manter os ganhos, identificar novas demandas e garantir a sustentabilidade dos resultados alcançados.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como foco compreender de que forma os treinamentos corporativos da Haza Tomates LTDA impactam a comunicação interna e, indiretamente, o desempenho organizacional. A partir da entrevista com a gestora de Recursos Humanos, foi possível alcançar o objetivo geral da pesquisa, ao analisar a percepção dos gestores sobre os efeitos das capacitações na interação entre equipes, confirmando a hipótese de que os treinamentos contribuem para aprimorar a comunicação interna e fortalecer a coesão organizacional.

Os objetivos específicos também foram plenamente contemplados. O mapeamento dos treinamentos revelou que a Haza Tomates mantém uma estrutura contínua de capacitações voltadas ao desenvolvimento técnico e comportamental. A percepção de eficácia foi positiva, com destaque para o treinamento de Comunicação e Feedback, que gerou impactos imediatos na clareza das orientações, no alinhamento entre setores e na redução de conflitos.

Os reflexos nos indicadores organizacionais foram observados em produtividade, engajamento e satisfação dos clientes, enquanto os desafios identificados, resistência a novas práticas, limitação de tempo, necessidade de personalização e acompanhamento pós-treinamento, indicam oportunidades para aprimorar os programas futuros.



A análise evidencia que os treinamentos corporativos da Haza Tomates não apenas capacitam colaboradores, mas atuam como instrumentos estratégicos de transformação, alinhando pessoas, processos e objetivos. A integração entre objetivos organizacionais, comunicação interna e engajamento das equipes reforça a relevância do investimento em programas estruturados e acompanhados de estratégias de reforço contínuo, personalização e alinhamento à realidade da empresa.

Dessa forma, os resultados confirmam que treinamentos bem conduzidos promovem melhorias concretas na rotina operacional, fortalecem a cultura organizacional e contribuem de maneira duradoura para o desempenho global da empresa.

## 6 REFERÊNCIAS

**AIMEIDA, V. A Comunicação Interna na Empresa.** Lisboa: Práxis, 2000.

**ANTÓNIO, Maria Isabel dos Santos Rodrigues.** Importância da comunicação no contexto organizacional: caso prático da empresa Saipem Luxemburgo Sucursal de Angola. RECIMA21 – **Revista Científica Multidisciplinar**, v. 4, n. 8, p. e483859, 2023. DOI: <https://doi.org/10.47820/recima21.v4i8.3859>.

**ARGENTINA, Pedro Henrique Hernandes; TIOSSI, Fabiano Martin.** A importância do pilar da comunicação e do treinamento corporativo para a efetiva implementação da cultura do compliance. **Revista Multidisciplinar Integrada**, v. 6, n. 6, 2023. Anais do VI Simpósio Sul-Matogrossense de Administração. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/SIMSAD/article/view/19398>. Acesso em: 19 ago. 2025.

**BARICELLO, E. Gestão da Comunicação:** Guia para a Comunicação Corporativa. São Paulo: Atlas, 2016

**BERG, E.** Administração de conflitos: As abordagens práticas para o dia-a-dia. 1<sup>a</sup> ed. Curitiba: Juruá, 2012.

**BEUTLER, Micheline Matei; NEVES, Luiz Fernando Costa.** O processo de comunicação interna nas organizações e seus reflexos no comportamento dos colaboradores: o caso do setor de saúde do SESI Sapiranga. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica – RAEE**, n. 6, 2017. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/523>. Acesso em: 19 ago. 2025.

**CHIAVENATO, Idalberto.** **Gestão do talento humano.** São Paulo: Mc Graw-Hill, 2002.

**CHIAVENATO, Idalberto.** **Introdução à Teoria Geral da Administração.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.



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

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

DAVESSA, Laura Davesa. **A importância da comunicação no contexto organizacional**. A comunicação organizacional como ferramenta de desenvolvimento e eficácia de uma organização. Setúbal: IPS, 2016.

DESSLER, Gary; VARELA JUÁREZ, Ricardo. **Administración de recursos humanos**: enfoque latinoamericano. México: Pearson Educación, 2011. ISBN 978-607-32-0249-7.

-  
LEWIN, Kurt. **Field theory in social science**: selected theoretical papers. New York: Harper & Row, 1947.

MADRUGA, Roberto. **Treinamento e desenvolvimento com foco em educação corporativa**. 1. ed. São Paulo: SaraivaUni, 2018.

MATOS, Geise Cardoso de. **Treinamento, desenvolvimento e educação corporativa**: capacitação como diferencial competitivo. Revista Multidisciplinar Integrada, v. 1, 2025.

MATOS, Matheus lobo. **Estudo sobre o conhecimento e o desenvolvimento de soft skills no curso de administração da UFMA**. 2020. 23 f. Trabalho de conclusão de curso (monografia) – Curso de administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, Maranhão, 2020.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**: da revolução urbana à revolução digital. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

MONTEIRO, Caroline; KUHL, Marcos Roberto; ANGNESS, Juliane Sachser. O processo de comunicação organizacional interna: um estudo realizado em uma Associação Comercial e Empresarial do Paraná. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 26-56, jan./mar. 2021. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/pci/a/yhL5cnC49nFTxrFXRwNKRQv/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2025.

MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. **Teoria Geral da Administração**. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

NASCIMENTO, Marcia Matos. **Tipos de treinamentos eficientes com baixo custo para a organização** [Trabalho de Conclusão de Curso]. São Paulo: Centro Universitário Anhanguera, 2019.

QUINTANILHA, Evelise de Souza. **O processo de integração de novos colaboradores nas organizações** [Projeto experimental]. Bauru, SP: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC, 2013.



ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SCHULZ, Bernd. **The importance of soft skills**: Education beyond academic knowledge. 2008.

SENGE, Peter M. **The fifth discipline**: the art and practice of the learning organization. New York: Doubleday, 1990.

SERPA, Ana Márcia Pereira; SEFFRIN, Larissa Leal. **Soft Skills nas organizações contemporâneas**: uma revisão bibliográfica sobre seus reflexos na gestão de pessoas. Orientador: Marcel Stanlei Monteiro. 2021. 23f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos) - Centro Universitário do Planalto Central Apparecido dos Santos, 2021.

TORRES, C. V. **Comunicação Empresarial**: Teoria e Pesquisa. Atlas, 2017.

TRAVASSOS, Vasco Daniel Cordeiro. **A importância das Soft Skills nas competências profissionais**. 2019. Tese de Doutorado.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The Future of Jobs Report 2020**. 20 out. 2020. Disponível em: <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2020/>. Acesso em: 21 ago. 2025.



## ANEXO 1- ENTREVISTA

**Abertura:** explicar objetivo da pesquisa, assegurar anonimato/confidencialidade e solicitar autorização para gravação.

### Seção 1 – Histórico de treinamentos

1. Quais treinamentos já foram implementados na Haza Tomates desde a criação da empresa?
2. Qual era o objetivo principal de cada um desses treinamentos?
3. Na sua percepção, quais benefícios ou resultados cada treinamento trouxe para a equipe ou para a empresa?
4. Houve algum treinamento que se destacou como mais efetivo na melhoria da comunicação entre equipes? Por quê?

### Seção 2 – Impactos percebidos na comunicação

5. De que maneira os treinamentos influenciaram a comunicação interna no dia a dia da empresa (como clareza nas orientações, qualidade dos feedbacks, alinhamento entre setores)?
6. É possível perceber mudanças na integração entre equipes ou no alinhamento estratégico após a realização dos treinamentos? Poderia dar exemplos?
7. Em uma escala de 1 a 5, como você avaliaria o impacto geral dos treinamentos na comunicação organizacional?

### Seção 3 – Reflexos nos resultados da empresa

8. Você percebe que a melhoria na comunicação, promovida pelos treinamentos, impactou indicadores como produtividade, qualidade do trabalho, engajamento da equipe ou satisfação dos clientes?
9. Pode citar exemplos práticos em que a comunicação aprimorada, após os treinamentos, contribuiu diretamente para melhores resultados da empresa?
10. Em uma escala de 1 a 5, como você avaliaria o impacto dos treinamentos nos resultados gerais da Haza Tomates?



#### Seção 4 – Barreiras e oportunidades

11. Quais foram, na sua opinião, os principais obstáculos para que os treinamentos atingissem plenamente seus objetivos de comunicação?
12. Que mudanças ou estratégias poderiam tornar os treinamentos futuros mais eficazes e melhor adaptados às necessidades da empresa?
13. Há algum aspecto adicional sobre comunicação ou treinamentos que você considera importante destacar e que não foi abordado nesta entrevista?