

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

## **COMUNICAÇÃO INTERNA COMO ESTRATÉGIA PARA FORTALECER EQUIPES E MELHORAR DESEMPENHO DOS COLABORADORES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO SETOR DE EVENTOS.**

**ROSIMEIRE APARECIDA MOYSÉS<sup>1</sup>  
LILIAN SEGNINI RODRIGUES<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

Este artigo visa mostrar a importância da comunicação interna no sucesso do trabalho em equipe dentro de organizações. O objetivo principal é investigar como a comunicação eficaz pode melhorar a colaboração, reduzir conflitos e aumentar a produtividade no ambiente corporativo. A pesquisa foi conduzida por meio de uma revisão bibliográfica, analisando estudos a respeito das práticas de comunicação em diferentes setores. Além disso, realizou-se um estudo de caso em um buffet alimentício localizado no interior do Estado de São Paulo. Os principais resultados mostram que uma comunicação clara e bem estruturada contribui significativamente para o alinhamento de metas, fortalecimento do espírito de equipe e otimização do desempenho organizacional. Além disso, a pesquisa destaca que a falta de comunicação ou a comunicação de maneira inadequada leva à desmotivação, ou até mesmo ao fracasso de projetos importantes. As informações reunidas nesse estudo reforçam a necessidade de treinamentos contínuos em comunicação para todos os membros da equipe, além de sugerir a implementação de ferramentas de feedback constantes. Esse estudo visa, ainda, reforçar a ideia de que a comunicação interna bem gerida é um fator-chave para o sucesso do trabalho em equipe, especialmente em ambientes corporativos que enfrentam constantes mudanças.

**Palavras-chave:** Clima organizacional; Comunicação interna; Cultura organizacional; Feedback; Trabalho em equipe.

### **ABSTRACT**

This paper aims to demonstrate the importance of internal communication for successful teamwork within organizations. The main objective is to investigate how effective communication can improve collaboration, reduce conflict, and increase productivity in the corporate environment. The research was conducted through a literature review, analyzing studies on communication practices in different sectors. Additionally, an observational study was conducted at a food buffet located in the interior of São Paulo state. The main results show that clear and well-structured communication significantly contributes to aligning goals, strengthening team spirit, and optimizing organizational performance. Furthermore, the

<sup>1</sup>Graduanda, Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade de Tecnologia de São Carlos – FATEC.

<sup>2</sup>Docente, Faculdade de Tecnologia de São Carlos e Faculdade de Tecnologia de Araraquara. E-mail: lilian.rodrigues3@fatec.sp.gov.br.

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lillian Segnini Rodrigues
--	---

research highlights that a lack of communication or inadequate communication leads to demotivation, or even the failure of important projects. The information gathered in this study reinforces the need for ongoing communication training for all team members, in addition to suggesting the implementation of ongoing feedback tools. This study also aims to reinforce the idea that well-managed internal communication is a key factor for successful teamwork, especially in corporate environments facing constant change.

**Keywords:** Organizational climate; Internal communication; Organizational culture; Feedback; Teamwork.

## INTRODUÇÃO

O trabalho em equipe é uma competência cada vez mais valorizada no ambiente organizacional contemporâneo. A boa comunicação torna o ambiente de trabalho mais produtivo e colaborativo, passando confiança aos membros da equipe que, sentem-se mais seguros, confiantes e engajados para compartilhar ideias, opiniões e melhorias (Batista, 2025).

França (2025) explica que no cenário de alta competitividade, onde a transformação digital ocorre a todo momento, as empresas precisam se adaptar diante das mudanças. Para isso, a comunicação interna eficiente é crucial, pois permite que a organização monitore essas transformações, transformando pontos negativos em oportunidades de melhoria contínua.

Peduzzi (2001), relata que, formar equipes eficazes envolve desafios como diferenças de personalidade, estilos de liderança, conflitos de interesse, falhas de comunicação e ausência de objetivos comuns. A diversidade, embora enriquecedora, pode gerar tensões quando mal gerida, exigindo habilidades socioemocionais e estratégias de mediação (Barcellos Neto, 2022).

A literatura aponta que os recursos humanos devem atrair, desenvolver e reter talentos, promovendo sua integração ao esforço organizacional (Krajewski; Ritsman; Malhotra, 2009; Uchoa et al., 2019). A interação entre colaboradores, quando bem conduzida, melhora a eficiência dos processos e a qualidade dos produtos e serviços. O trabalho em equipe promove integração, estimula a inovação e fortalece

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

o comprometimento organizacional (Mendes et al., 2007; Santos; Castro, 2008; Silveira; Filho, 2013).

A escolha do tema se justifica pela necessidade do trabalho em equipe e pela compreensão dos obstáculos que comprometem sua eficácia. Apesar de o discurso corporativo valorizar a colaboração, os profissionais enfrentam dificuldades na atuação integrada.

O objetivo desta pesquisa é analisar a importância e as características da comunicação interna como ferramenta para a motivação dos colaboradores e o sucesso organizacional, promovendo um ambiente de trabalho satisfatório. Com um estudo de caso em uma empresa do ramo alimentício, busca-se entender como a comunicação interna impacta o desenvolvimento nas equipes, a eficiência do processo e pode contribuir para a cultura da organização.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### **Comunicação organizacional: desafios e impactos no ambiente de trabalho**

Segundo Chiavenato (2006), a comunicação é essencial para a convivência humana, sendo essa, ferramenta fundamental para o relacionamento dos indivíduos. Comunicar-se é um processo de interação que permite muito mais do que somente transmitir informações, com ela é possível compartilhar conhecimento e fortalecer os vínculos sociais.

Embora a comunicação seja fundamental para disseminar informações em grandes grupos, ela pode falhar nas organizações e Chiavenato (2004) apresenta diversas diretrizes para evitar esse problema, destacando-se duas: envolver colaboradores hierarquicamente inferiores na resolução de problemas, promovendo sinergia e incentivar a franqueza e confiança, criando um ambiente próximo. A comunicação tem dois objetivos principais: fornecer informações e compreensão necessárias para que as pessoas possam desempenhar suas tarefas de maneira

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

adequada, assim promovendo atitudes que gerem motivação, cooperação e satisfação no ambiente de trabalho.

Nas companhias, a comunicação interna acontece a todo momento, quando se pensa nela associada à estratégia, ela deixa de ser apenas uma troca de informações e torna-se uma ferramenta que contribui diretamente para os resultados da empresa. Moldando a comunicação, tendo em conta essa variante, promove-se um ambiente mais dinâmico que estimula as relações interpessoais, e esse dinamismo contribui para o engajamento dos profissionais e fortalece o espírito de cooperação entre os membros da equipe (Santana; Brandão, 2018).

As empresas precisam de planejamento e organização, pois não há outra forma de transmitir ideias sem que exista o desenvolvimento de canais eficazes, de acordo com Personi (2011, *apud* Cruz, 2016) é fundamental que o programa de comunicação interna seja planejado e sustentado de forma sólida, envolvendo ativamente os colaboradores, para que eles participem do processo e contribuam efetivamente para os resultados.”.

Todavia, a comunicação interna pode circular informações imprecisas, contendo ruídos e boatos, atrapalhando a rede de comunicação que tendem a influenciar o comportamento humano dos trabalhadores, dando espaço a conhecida “rádio peão” que são as comunicações não controladas que correm pelo caminho da informalidade dentro das organizações (Tavares; Ferreira, 2013). A insegurança transmitida pela rádio peão, pode não apenas desmotivar os colaboradores, como também reduzir a produtividade e gerar um clima organizacional negativo. Ao identificar este comportamento na organização, o RH e a liderança, devem se reunir e seguir estratégias, com o intuito de minimizar a situação.

Uma prática importante é reforçar a comunicação clara e transparente por meio da gestão. Reuniões frequentes promovem sinergia, ajudam o líder a perceber o clima organizacional e facilitam o compartilhamento de informações. Também é essencial investir no aprendizado contínuo dos colaboradores, por meio de cursos e treinamentos oferecidos ou promovidos por parcerias (Melo, 2023).

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

A empresa comprometida e transparente, exerce a ideia explorada por Peres (2024) de que a comunicação empresarial, quando utilizada de forma estratégica, exerce um papel fundamental no engajamento dos colaboradores, fortalecendo a cultura organizacional e melhorando o clima no local de trabalho. Ela passa a atuar como uma ferramenta que gera valor, promovendo a integração entre os times, fortalecendo a confiança mútua entre líderes e liderados e valorizando os talentos.

### **Transformações na Comunicação Organizacional**

A Era da Informação valoriza o capital humano e o capital intelectual. O setor industrial, antes dominante, hoje perde espaço para o setor de serviços, onde o trabalho manual, é substituído pelo mental, trazendo mudanças ao local de trabalho e a estrutura organizacional, escritórios ou salas fechadas dão lugar a espaços coletivos de trabalho e funções internas, administrativas e operacionais, são realizadas na casa dos funcionários eletronicamente, utilizando mais conhecimento, inteligência e proximidade ao cliente (Chiavenato, 2014).

A medida com que o trabalho passa a ser mais baseado em conhecimento e menos em tarefas operacionais e repetitivas, há a necessidade de um processo comunicativo claro e eficaz, capaz de promover um fluxo de engajamento e inovação nas empresas. Com a capacidade de qualificar práticas gerenciais, melhorar o desempenho organizacional e agregar valor à companhia, o processo de comunicação deve-se alinhar a construção de cultura organizacional e engajamento de equipe (Duarte; Monteiro, 2006).

A comunicação, nada mais é do que a transferência e compreensão de significados, para que ela ocorra de forma efetiva, deve-se haver um processo organizado e bem definido de como esse conhecimento será transmitido e recebido entre os envolvidos (Kich; Pereira, 2011).

De acordo com Massa (2025), para que a comunicação ocorra, é preciso definir seu objetivo e seguir seus elementos básicos: emissor (quem transmite),

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

receptor (quem recebe), mensagem (conteúdo comunicado), código (sinais usados), canal (meio da comunicação) e contexto (situação que ajuda na compreensão).

A comunicação interna deve ser planejada com definição clara dos objetivos da mensagem, escolher os canais adequados para se comunicar, auxilia na distribuição correta da sua mensagem. O gestor precisa entender quem são os colaboradores e qual a melhor forma de enviar a mensagem, seja em uma reunião informal, um comunicado no mural, um e-mail ou até mesmo um treinamento mais longo (Paes, 2023).

Além disso, Kich e Pereira (2011) acreditam que os gestores precisam entender sobre os negócios da organização, e do perfil de seus colaboradores. Eles ressaltam que não basta utilizar as ferramentas da gestão, mas para se aproximar das pessoas, é necessário construir e fortalecer a cultura organizacional através da colaboração entre equipes e gestores, esse processo, por sua vez, contribui diretamente para o desenvolvimento do capital humano dentro da empresa. Envolver líderes à frente dos processos garante engajamento e comunicação fluída em todos os níveis. Investir em estratégia que atenda a todos os colaboradores é crucial para mensagem eficaz e inclusiva (Closs, [s.d.]).

Segundo Waterman (apud Chiavenato, 2014, p. 36), "as empresas que colocam acionistas, clientes e funcionários no mesmo nível, em vez de colocar os acionistas em primeiro lugar, são paradoxalmente aquelas que proporcionam o melhor resultado para os seus acionistas". A comunicação interna, essencial na Era da Informação, fortalece a cultura e o empenho dos colaboradores, onde gestores e equipes devem usar canais adequados para garantir mensagens alinhadas aos objetivos da organização.

## **Cultura e Feedback**

Existem dois elementos que unidos, podem fortalecer o desempenho organizacional, a cultura organizacional e o feedback. Enquanto a cultura molda a forma como a organização se comporta e o desenvolvimento dela como um todo, o

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

feedback promove o desenvolvimento do indivíduo com o objetivo de aprimorar e lapidar o profissional.

A cultura organizacional, como cita Rohn (2024) é como a personalidade de uma companhia, é a maneira como ela toma decisões, como os funcionários se comportam e como ela se comunica com parceiros e cliente. A cultura é algo vivo e em constante mudança, as pessoas ajudam a criar e transformar a cultura do lugar onde estão, por conta disso, a cultura da empresa muda com o tempo, conforme os comportamentos e as ideias das pessoas que fazem parte dela (Moura, 2009).

Quando uma empresa se torna relevante em atração e retenção de talentos, a cultura também ganha relevância, pois isso reflete no engajamento e produtividade dos funcionários. A confiança que os colaboradores depositam na organização, aumenta o desejo dos profissionais externos, que por sua vez, passam a buscar uma oportunidade nessa empresa (Ramos; Oliveira; Santos, 2023).

Para elevar a cultura, é necessário construir confiança, mas resistências a mudanças e processos antigos dificultam esse processo, com a falta de comunicação clara e líderes colaborativos agrava o problema, tornando o papel do RH essencial para mediar a transição, promovendo transparência e colaboração (Klee, 2025). Com uma cultura sólida, fortalecem-se vínculos e confiança mútua, criando um ciclo de melhoria contínua que engaja a equipe, principalmente por meio de feedback eficaz e comunicação aberta.

O feedback orienta o colaborador a respeito de seu desempenho, comportamentos e ações realizadas, com o intuito de promover a melhoria contínua (Felipe et al., 2024). Peres (2021), afirma que o feedback, pode ser aplicado de várias formas, como reuniões com uma pauta semiestruturada, avaliações de desempenho impressas, ou até mesmo em conversas no dia a dia. Independente da forma como será aplicado, é essencial que a comunicação seja clara, sem ambiguidades ou mensagens subliminares (Silva; Silva, 2021).

De maneira geral, os feedbacks devem apresentar aspectos que o indivíduo pode melhorar, sejam eles qualidades ou suas fragilidades, e sempre de maneira

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

respeitosa, sem o pesar da cobrança, e com um plano de ação, que pode ser previamente elaborado pelo gestor ou desenvolvido entre os envolvidos.

Conforme Martinez et al. (2022), o feedback deve ser sempre uma via de mão dupla, ou seja, os líderes e colaboradores precisam estar abertos a dar e receber sugestões. Quando bem aplicado, fortalece a confiança, estimula o aprendizado e aumenta a motivação.

Aspectos culturais de uma organização influenciam a constância do feedback. Em culturas mais abertas, ele é técnico, construtivo e sem punições, com comunicação mais honesta, tornando feedbacks parte do dia a dia e aproximando os times. Isso faz com que os funcionários sejam mais ouvidos e focados em resultados (Braun, 2024). A união entre cultura organizacional e feedback é um dos pilares essenciais para um ambiente saudável e produtivo, que favorece engajamento, desempenho e satisfação da equipe (Missel, 2025).

## MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia utilizada para a pesquisa foi baseada em um roteiro com questionamentos determinados para registrar os dados específicos em um buffet de médio porte, no segmento de eventos, em uma cidade no interior de São Paulo, com aproximadamente 265 mil habitantes. Trata-se, portanto, de um estudo de caso. Foram observadas e abordadas pessoas deste ramo, todas com qualificações em suas áreas, mas a formação acadêmica da maioria é o ensino médio completo. O objetivo foi compreender os desafios e perspectivas que esses funcionários possuem, com relação a comunicação na empresa que trabalham, considerando as especificidades de sua experiência, o contato com os demais colaboradores e os gestores.

A observação aconteceu durante a rotina de trabalho da pesquisadora, que está inserida nesse ambiente de trabalho em questão. Durante o processo, foram coletadas informações diretas e relatos informais de colaboradores dos setores

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

administrativo e da cozinha, obtidos por meio de conversas no dia a dia, essas conversas foram conduzidas sem estrutura formal, visando manter a naturalidade das conversas e garantir a autenticidade dos relatos.

Com essa abordagem, buscou-se compreender como a ausência de uma comunicação organizacional eficiente impacta o clima de trabalho, a motivação da equipe e o desempenho das atividades operacionais, especialmente em ambientes onde há pressão por produtividade, como é o caso do setor alimentício.

Dentre as pessoas observadas, destacam-se pessoas em três setores distintos, do atendimento ao cliente, setor de compras/almojarifado e por fim, colaboradores do setor de manutenção e limpeza.

### **Desafios no setor alimentício de restaurantes e buffets**

A empresa analisada neste estudo é um buffet especializado em eventos de cunho profissional e pessoal. Atuando no interior do estado de São Paulo, a organização possui um portfólio que inclui desde pequenos coquetéis até grandes celebrações, oferecendo cardápios personalizados e serviços completos de alimentação.

O setor alimentício, é um dos mais dinâmicos e essenciais no mundo, com uma crescente demanda por comodidade, experiências culinárias diversificadas e conhecimento cultural com os pratos. Diferente de serviços como delivery, marmitarias ou restaurantes *à la carte*, que atendem demandas diárias, o buffet de eventos tem como objetivo estruturar cardápios completos e experiências gastronômicas voltadas para ocasiões específicas (Sebrae, 2017).

De acordo com o Sebrae (2021), o buffet integra o setor de alimentação, focado em eventos pontuais e de grande escala. Apesar da praticidade oferecida, exige processos bem definidos para garantir a satisfação do cliente. Um dos principais desafios é a falha na comunicação, mesmo com estrutura e organização.

A falta de alinhamento com relação a quantidade de convidados, restrições alimentares, horários, comprometem a entrega do serviço, isso e a falta de

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

comunicação entre os setores, impede as melhorias e aumentam as chances de erros. Muitos negócios perdem o cliente após o evento, pela falta de organização que sua empresa passa a esse cliente. O principal desafio é aprimorar a comunicação interna, evitando que os problemas cheguem ao cliente e promovendo um ambiente de trabalho mais harmonioso, com uso eficiente das ferramentas e registro de melhorias e falhas ao longo do processo (Trindade, 2017).

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O buffet observado presta serviços de eventos corporativos, sociais e familiares. Embora tenha uma equipe diversificada, a estrutura operacional enfrenta muitos desafios no que diz respeito à comunicação interna e à cultura organizacional.

No período de observação, foram identificadas falhas recorrentes na comunicação entre os setores e gestores, ausência de feedback, falta de transparência nas decisões da liderança e problemas estruturais que impactam diretamente o engajamento, a produtividade e o bem-estar dos colaboradores.

Dentre os problemas observados, um dos principais é a falta de comunicação clara e eficiente, causando ansiedade e insegurança nos colaboradores e gerando mal-entendidos. Um exemplo aconteceu quando uma solicitação feita por um colaborador ao diretor não foi respondida diretamente, em vez disso, a resposta foi encaminhada apenas ao setor financeiro, sem que o solicitante fosse informado, gerando confusão e responsabilização indevida do colaborador por uma suposta falha. Além disso, informações operacionais importantes, como prazos, eventos e ajustes no planejamento, muitas vezes são passadas em cima da hora ou sequer comunicadas, dificultando a organização do trabalho.

Outro problema crítico é a falta de previsibilidade e comunicação com relação aos pagamentos, os colaboradores relataram atrasos recorrentes no pagamento de salários, sem qualquer tipo de aviso prévio ou justificativa por parte da liderança. A

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lillian Segnini Rodrigues
---

falta de clareza quanto às datas de pagamento compromete a segurança financeira dos trabalhadores e gera desmotivação.

Problemas parecidos ocorrem no setor de compras, gerando um desconforto e uma insegurança nos colaboradores, onde pedidos são feitos pelos colaboradores deste setor, os boletos enviados ao financeiro, e muitas vezes, esses títulos não são liquidados, levando a situações constrangedoras com fornecedores, que cobram, imaginando que deveria ocorrer a comunicação na empresa. Quando esses problemas são levados ao responsável direto, nada é feito.

Observou-se que outros benefícios que a empresa já oferecia anteriormente como o vale-alimentação, deixou de ser pago aos funcionários sem qualquer explicação, fazendo com que eles descobrissem ao verificar em seu aplicativo que não houve o crédito. Apesar de existir o repasse feito ao sindicato, os colaboradores não possuem mais o benefício e não há informações do motivo da suspensão desse pagamento.

Ocorreu a alteração no valor cobrado pela refeição fornecida na empresa que anteriormente era de R\$ 5,50 e agora é R\$ 5,90, sem nenhum aviso prévio. Além disso, a alimentação servida diariamente não tem variedade e qualidade, afetando o bem-estar dos trabalhadores.

Uma questão que ocorre nesta empresa é a ausência de feedback e um ambiente considerado tóxico. A gestão não oferece um feedback, nem construtivos, muito menos negativos, evitando conversas diretas com os colaboradores, eles preferem comentar sobre os colaboradores com outros funcionários, gerando boatos e intrigas. Esse comportamento favorece um clima organizacional de insegurança, fofoca e desmotivação. Além disso, não há espaço seguro para que os colaboradores deem feedbacks sobre a gestão ou o ambiente de trabalho, e quando alguém tenta expressar a insatisfação ou reivindicar direitos, é visto como insubordinado e passa a ser perseguido, o que leva muitos colaboradores a pedirem demissão por pressão psicológica.

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.
--

Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--

Os dados observados mostram que a empresa enfrenta sérios problemas de comunicação interna e falta de uma liderança mais humana. O ambiente de trabalho é prejudicado por práticas de gestão que desmotivam a equipe, como o silêncio diante de problemas, a falta de reconhecimento, o tratamento desigual entre os funcionários e uma comunicação muito informal. A ausência de feedbacks, dificulta o crescimento profissional dos empregados, para complementar, a cultura da empresa vai contra os princípios de uma boa gestão de pessoas e comunicação, já discutidos nos capítulos anteriores.

## CONCLUSÃO

A análise realizada evidencia como a ausência da comunicação interna nas empresas, especialmente no setor alimentício compromete diretamente o clima organizacional, a motivação e a eficiência das equipes, especialmente nesses ambientes com alta demanda. A pesquisa buscou atingir o seu objetivo geral ao demonstrar que a comunicação eficaz é elemento central para manter a equipe em sinergia e aumentar o desempenho na companhia. Através da observação prática e coleta de depoimentos, foi possível perceber como as falhas na comunicação, boatos e rádio peão podem impactar negativamente a produtividade e motivação dos funcionários. Além disso a ausência de feedbacks, com uma gestão baseada em silêncio e rumores, contribui para o ambiente tóxico.

Este estudo teve o intuito de reforçar a importância da escuta ativa, da cultura de feedback e da atuação consciente da liderança. Recomenda-se assim o planejamento contínuo, adaptação ao perfil dos colaboradores e desenvolvimento de canais formais de diálogo e funcionais para o tipo de negócio. A comunicação interna, portanto, deve ser compreendida como uma estratégia organizacional e não apenas como processo funcional.

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATISTA, S. **Como trabalhar a comunicação em equipe nas empresas?** 2025. Disponível em: <https://www.bwg.com.br/comunicacao-em-equipe-como-trabalhar/>. Acesso em 22 ago. 2025.

BRAUN, M. **Cultura de Feedback: O que mudou dos anos 80 até hoje, e por que ela é indispensável?** 2024. Disponível em: <https://inbix.com.br/blog/cultura-de-feedback-o-que-mudou-dos-anos-80-ate-hoje-e-por-que-ela-e-indispensavel>. Acesso em 02 set. 2025.

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração.** 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. **Administração de Recursos Humanos: Fundamentos Básicos.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 4.ed. São Paulo: Manole, 2014.

CLOSS, D. **Como Criar uma Cultura de Comunicação na Empresa.** s.d. Disponível em: <https://arquivos.progic.com.br/blogs/Progic-WP-Criar-uma-Cultura-de-Comunicacao.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2025.

CRUZ, L. **O papel estratégico da comunicação nas organizações.** 2016. Disponível em: <https://www.administradores.com.br/artigos/o-papel-estrategico-da-comunicacao-nas-organizacoes>. Acesso em: 19 jun. 2025.

DUARTE, J.; MONTEIRO, G. **Potencializando a comunicação nas organizações.** 2006. Disponível em: <https://abcpública.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Potencializando-a-Comunicac%C3%A3o-nas-organiza%C3%A7%C3%B5es.pdf>. Acesso em 28 jun. 2025.

FELIPE, A. L.; MAFEI, D. G.; RANGEL, E. P.; PADILHA, G.; DOMINGUES, R. V.; GOMES, T. A. **Conscientização da liderança sobre a importância do feedback no engajamento das equipes.** 2024. Disponível em: <https://copex.tec.br/wp-content/uploads/2024/04/6.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2025.

FRANÇA, S. **Comunicação interna: a chave para o engajamento e o sucesso da sua empresa.** 2025. Disponível em: <https://www.slacoaching.com.br/cultura-organizacional/comunicacao-interna>. Acesso em 22 ago. 2025

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

KICH, J. I. D. F.; PEREIRA, M. F. A influência da liderança, cultura, estrutura e comunicação organizacional no processo de implantação do planejamento estratégico. **Cad. EBAPE.BR**, v. 9, nº 4, artigo 6, Rio de Janeiro, Dez. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/jFSwbjvrkHd9tn4fDkhVMkD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

KLEE, P. **Além do Amanhã: Como Construir uma Cultura de Confiança nas Organizações**. 2025. Disponível em: <https://portaldacomunicacao.com.br/2025/04/alem-do-amanha-como-construir-uma-cultura-de-confianca-nas-organizacoes/>. Acesso em 30 ago. 2025.

MARTINEZ, L. F.; PAPA, P. R. M.; PARACCHINI, V. T. A.; MORAES, T. H. de. Principles to Leadership Valuation (PLV): uma ferramenta estratégica de feedback aplicada à uma instituição de ensino superior do estado de São Paulo, Brasil. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, vol. 11, n. 2, p. 1-25, julho-dezembro, 2021 - ISSN 2237-7956.

MASSA, D. **Domine os elementos da comunicação para mandar bem no vestibular**. 2025. Disponível em: <https://vestibular.fgv.br/blog/domine-os-elementos-da-comunicacao-para-mandar-bem-no-vestibular>. Acesso em: 04 jul. 2025.

MELO, M. **“Rádio peão”: o que é e como evitar a prática nas empresas**. 2023. Disponível em: <https://www.qulture.rocks/blog/radio-peao>. Acesso em: 25 jun. 2025.

MISSEL, R. **A Importância da Cultura Organizacional para o Sucesso das Empresas**. 2025. Disponível em: <https://www.missel.com.br/a-importancia-da-cultura-organizacional-para-o-sucesso-das-empresas>. Acesso em: 08 set. 2025.

MOURA, M, C. **Organização do espaço**: contribuições para uma educação de qualidade. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, 2009.

PAES, M.F. **Comunicação Interna**: transforme o e-mail em um canal estratégico; saiba como. 2023. Disponível em: <https://blog.dialog.ci/comunicacao-interna-transforme-o-e-mail-em-um-canal-estrategico-saiba-como/>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PEDUZZI, M. **Equipe multiprofissional de saúde: conceito e tipologia**. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsp/a/PM8YPvMJLQ4y49Vxj6M7yzt/?lang=pt>. Acesso em: 15 abr. 2025.

PERES, C. **Comunicação empresarial**: o que é, tipos e sua importância. 2024. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/comunicacao-empresarial>. Acesso em: 22 jun. 2025.

Comunicação interna como estratégia para fortalecer equipes e melhorar desempenho dos colaboradores: Um estudo de caso em uma empresa do setor de eventos.	Rosimeire Aparecida Moysés; Lilian Segnini Rodrigues
--	--

PERES, C. **Tipos de feedback: como fazer, tipos e qual sua importância.** 2021. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/tipos-de-feedback>. Acesso em: 30 ago. 2025.

RAMOS, I. F. da R.; OLIVEIRA, J. B.; SANTOS, M. E. A. **Como alcançar resultados positivos através da cultura organizacional.** 2023. Disponível em: <http://ric-cps.eastus2.cloudapp.azure.com/bitstream/123456789/17057/1/TCC%20-%20Jeferson%20Maria%20Izabela.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2025.

SANTANA, J. M; BRANDÃO, N. G. O papel estratégico da comunicação interna na transmissão dos valores de identidade e cultura da organização. **Comunicação Pública**, v.13, n, 25, 2018. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/2946>. Acesso em: 21 jun. 2025.

SEBRAE. **Como montar um buffet.** 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-buffet,76587a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em 09 set. 2025.

SEBRAE. **Entenda o mercado de Alimentação Fora do Lar.** 2017. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-mercado-de-alimentacao-fora-do-lar,5f58598b99dde510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 09 set. 2025.

TRINDADE, D. P. **Inovação: artigos e casos de sucesso.** 2017. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/50cce612e7df55c0290dfc60b0fd7139/\\$File/9897.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/50cce612e7df55c0290dfc60b0fd7139/$File/9897.pdf). Acesso em: 13 set. 2025.

TAVARES, F.B; FERREIRA, A. **Rádio peão como ferramenta de comunicação interna.** 2013. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/download/3443/2014/10057>. Acesso em: 21 jun. 2025.

UCHOA, F. R. M; SANTOS, S. C. F. dos; MARQUES, C. A. N. **Análise do Processo de Atendimento ao Cliente em uma Empresa de Transporte Intermunicipal.** 2019. Disponível em: [https://doi.org/10.14488/enegep2019\\_tn\\_sto\\_290\\_1634\\_38188](https://doi.org/10.14488/enegep2019_tn_sto_290_1634_38188). Acesso em: 30 mar. 2025.