

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

*Angélica Diniz da Silva¹
Antionielle Pagnussat²*

RESUMO

O objetivo é identificar as situações que ocorrem no ambiente de negócios em que é necessário o uso da inteligência emocional, bem como, a importância de sua aplicação. Nesse sentido, o trabalho demonstrará como a inteligência emocional torna-se uma competência importante no controle das emoções dos profissionais nos ambientes de trabalho, pois, sua utilização proporciona resolução de problemas, controle de emoções, dentre outros fatores que contribuem diretamente para resultados de um negócio, garantindo assim um ótimo relacionamento entre patrão, funcionário, clientes e fornecedores. Trata-se de uma pesquisa aplicada, com abordagem de estudo quali-quantitativo, que analisa os dados de maneira descritiva, já em relação aos procedimentos técnicos a pesquisa contou com um levantamento de dados, por meio de questionário para conhecer a opinião dos participantes. A pesquisa destinou-se às pessoas que trabalham no comércio local, envolvidas na venda de produtos ou prestação de serviços, sendo requisito mínimo para participação lidar com atendimento ao público, onde é necessário o uso da inteligência emocional. Os resultados apontam que os pesquisados relacionam a inteligência emocional com as atitudes cotidianas, contudo, percebe-se a necessidade de aprimorar seu uso para melhorar a qualidade de vida e o desempenho dos trabalhadores.

Palavras-chave: Inteligência Emocional. Mundo dos Negócios. Relacionamento Interpessoal.

RESUMEN

El objetivo es identificar situaciones que se dan en el entorno empresarial en las que es necesario el uso de la inteligencia emocional, así como la importancia de su aplicación. En este sentido, el trabajo demostrará cómo la inteligencia emocional se convierte en una habilidad importante en el control de las emociones de los profesionales en los ambientes laborales, ya que su uso proporciona resolución de problemas, control de las emociones, entre otros factores que contribuyen directamente a los resultados de un negocio, así asegurando una excelente relación entre jefe, empleado, clientes y proveedores. Se trata de una investigación aplicada, con enfoque

¹ SILVA, Angelica Diniz da. Acadêmica do VIII termo do curso de Ciências Contábeis da AJES – Faculdade do Vale do Juruena. E-mail: angelica.silva.acad@ajes.edu.br

² PAGNUSSAT, Antionielle. Diretora Acadêmica e Coordenadora dos Cursos de Ciências Contábeis e Administração da AJES - Faculdade do Vale do Juruena. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso. Pós-Graduada em Finanças, Auditoria e Controladoria, Mestra em Contabilidade Gerencial pela Fucape School. E-mail: antionielle@ajes.edu.br

de estudio cuali-cuantitativo, que analiza los datos de forma descriptiva. En relación a los procedimientos técnicos, la investigación incluyó una recolección de datos, a través de un cuestionario para conocer la opinión de los participantes. La investigación estuvo dirigida a personas que trabajan en el comercio local, involucradas en la venta de productos o prestación de servicios, siendo el requisito mínimo para participar ocuparse de la atención al cliente, donde es necesario el uso de la inteligencia emocional. Los resultados indican que los encuestados relacionan la inteligencia emocional con actitudes cotidianas, sin embargo, existe la necesidad de mejorar su uso para mejorar la calidad de vida y el desempeño de los trabajadores.

Palabras clave: Inteligencia Emocional. Mundo de negocio. Relacionamiento interpersonal.

1 INTRODUÇÃO

As pesquisas apontam que a inteligência emocional é um potencial facilitador do bem-estar emocional e global do indivíduo, bem como potencializador da capacidade de realizar tarefas e obter o sucesso (ROLINDO, 2019). De acordo com a pesquisa realizada por Gleman E Boyatzis (2008), a inteligência emocional é uma ferramenta estratégica para alcançar grandes resultados nos negócios, permitindo compreender o comportamento humano e gerenciar as emoções.

De acordo com Alves, (2021) a aplicação da inteligência emocional no ambiente organizacional, com o foco no desenvolvimento de atitudes baseadas em emoções para o uso adequado, gera resultados positivos e o crescimento em um ambiente de negócios de forma equilibrada.

O estudo trata-se de pesquisa descritiva, que contará com coleta de dados por meio de questionário padronizado. Serão considerados dados quantitativos no que diz respeito ao número de repostas iguais ou diferentes e dados qualitativos quando se tratar da análise subjetiva das repostas encontradas. Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de um levantamento de dados com o objetivo de identificar as situações que ocorrem no ambiente de negócios em que é necessário o uso da inteligência emocional, bem como, a importância de sua aplicação. O estudo foi realizado no município de Juína-MT, localizado no noroeste do estado de Mato Grosso.

A pergunta que norteia a pesquisa é a seguinte: Quais são as principais situações que exigem o uso da inteligência emocional no ambiente de negócios?

Para responder à pergunta problema, o estudo tem como objetivo identificar as situações que ocorrem no ambiente de negócios em que é necessário o uso da inteligência emocional, bem como, a importância de sua aplicação. Caminhando para pontos mais específicos, a pesquisa objetiva analisar como a inteligência emocional pode contribuir para a tomada de decisões; identificar como a inteligência emocional pode ser usada para construir relacionamentos duradores e bem-sucedidos com os clientes e fornecedores; evidenciar situações em que a falta de inteligência emocional pode prejudicar o desempenho de um negócio; pesquisar quais são as capacidades de compreender e gerir as emoções; verificar como a inteligência emocional pode contribuir para desenvolver estratégias de fortalecimento à um negócio; pontuar os mais frequentes conflitos nos ambientes de negócios; destacar os principais desafios enfrentados pelos gestores e as estratégias utilizadas para superá-las.

A inteligência emocional é uma habilidade cada vez mais valorizada no ambiente de negócios, pois permite que os profissionais gerenciem suas emoções e compreendam as emoções dos outros, o que se torna especialmente importante em situações de conflito, onde as

emoções podem dificultar a resolução do problema. Além disso, a capacidade de identificar essas emoções pode levar a soluções que beneficiem a todos os envolvidos no ambiente de negócios (COSTA, 2016).

De acordo com Chiavenato (2014), a utilização da inteligência emocional para resolver conflitos pode proporcionar benefícios tanto para a empresa quanto para os colaboradores, tornando o ambiente de trabalho mais saudável e produtivo, além de aumentar a confiança e a credibilidade dos profissionais que a utilizam, melhorando a satisfação dos clientes e parceiros de negócios.

A crescente relevância do tema inteligência emocional no contexto empresarial se justifica e está entrelaçado com o sucesso profissional tanto para influenciar na condução de um negócio, resoluções de problemas, comunicação e negociação. Em um cenário econômico e competitivo a cada dia, Paulo e Cintra (2018) afirmam que a busca por conhecimento e aprimoramento de técnicas comerciais torna-se fator fundamental para a solidez no ambiente de negócios. Estudos apontam que falhas gerenciais são um dos principais motivos para o fechamento de empresas no Brasil.

Tendo em vista a grande importância do tema sobre a inteligência emocional e tais fatores, este estudo visa demonstrar como os trabalhadores estão gerindo essa ferramenta em seus negócios, como líderes ou colaboradores em seus cotidianos lidam diante de situações de estresse e problemas relativos ao trabalho desenvolvido.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AMBIENTE DE NEGÓCIOS

Segundo Cavalcante (2015), o termo “ambiente de negócios” abrange uma série de fatores que impactam diretamente a atuação das organizações. Nesse contexto, exploraremos as complexidades associadas a variáveis mensuráveis que moldam as atividades empresariais e influenciam as estratégias empregadas pelas empresas.

Podemos ver a afirmação de Hartz, Souza e Gomes (2019), onde retratam que o ambiente comercial é marcado por grandes mudanças, desafios, complexidades e incertezas. Esses fatores ganham destaque e provocam preocupação nos gestores, sendo necessário que estes façam análises, planejamentos e projeções de maneiras a viabilizarem seus negócios.

A utilização de métodos e ferramentas para um melhor desempenho, segundo Braga e Domingues (2018), torna-se necessário, pois é um diferencial que tem grande importância para o planejamento, a administração feita age diretamente no contexto estrutural dos negócios. Tal organização permite que sejam identificadas as oportunidades e ameaças, observando-se os pontos fortes e fracos para que sejam escolhidas as melhores oportunidades para redução de riscos, bem como geração de lucros.

No entanto, Estrada e Almeida (2007) confirmam que os modelos de mudança organizacional criados nos últimos anos são projetados para lidar com mudanças gerais nas organizações e que não possuem uma abordagem específica para gerenciar e implementar o planejamento estratégico, juntamente com as mudanças que ele acarreta, ou seja, esses modelos não têm o foco apenas na gestão estratégica, mas sim como um todo do negócio que poderá ser comprometido.

A compreensão do mercado é determinante para o sucesso de uma empresa. É fundamental ter um profundo conhecimento sobre o tamanho, os diferentes segmentos, as tendências em curso e a concorrência presente nesse mercado específico. Além disso, compreender plenamente as necessidades e desejos dos clientes é essencial para desenvolver e oferecer produtos ou serviços que atendam de forma adequada às suas demandas (JUDEH, 2019).

Para a sustentabilidade e crescimento de uma organização, é crucial acompanhar os avanços tecnológicos e inovações construtivas, adotando tecnologias que melhorem a eficiência e a competitividade. Além disso, considerar as tendências sociais e culturais, como mudanças no comportamento do consumidor, preferências e valores culturais, juntamente com questões de responsabilidade social e sustentabilidade, permite que as empresas se adaptem às expectativas em constante evolução (SEBRAE, 2012).

Planejamento e gestão estratégica nos ambientes de negócios fornecem monitoramento pertencente para idealização da avaliação do propósito que se está sendo configurado diante do controle em elaboração para o alcance e prática dos dispositivos de verificação para as empresas, onde manifesta-se o diferencial no exercício das atividades, o que implementará melhores vendas, estratégias, técnicas gerando assim satisfação plena dos consumidores, criando, portanto, mais um ponto positivo para se sobressair em relação à concorrência (FISCHMANN; ZILBER, 2022, p. 1-5).

Moura (2009) defende em sua monografia que a comunicação interna é um diferencial importante para os negócios e relacionamentos dentro de uma organização. Adaptar a comunicação de acordo com as necessidades, agir com rapidez e eficácia são elementos-chave para o sucesso no mercado. Ela promove o alinhamento interno, com o engajamento dos colaboradores, fazendo com que haja a conquista e a manutenção dos clientes, além de impactar a imagem da marca.

Em seu livro, o autor Sicsú (2009) traz sobre o êxito de uma empresa que é influenciado por diversos elementos presentes no ambiente de negócios. Um desses elementos é a avaliação dos fatores econômicos, que permite às organizações compreender e responder às condições econômicas do mercado. Além disso, é fundamental levar em consideração os aspectos legais e regulatórios, a fim de operar de maneira adequada e em conformidade com as regras estabelecidas. Esses aspectos legais e regulatórios desempenham um papel indispensável na sustentabilidade e na reputação da empresa.

2.2 INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

De acordo com Goleman (1995), a inteligência emocional é uma habilidade crucial em diversos ambientes, incluindo os de negócios, onde a capacidade de gerenciar e compreender as emoções dos outros pode ser fundamental para o sucesso em negociações e na construção de relacionamentos. Nesse contexto, se analisa como os trabalhadores estão aplicando a inteligência emocional em seus negócios, seja como líderes ou colaboradores, para lidar com situações estressantes e problemas relacionados ao trabalho, buscando compreender como a inteligência emocional está sendo utilizada para promover o bem-estar e o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Compreender os trabalhadores pode contribuir para o desenvolvimento de políticas e práticas mais eficazes que promovam um ambiente de trabalho saudável e produtivo. (Goleman, 1995).

A autora Moreira (2017) retrata que a inteligência emocional desempenha um papel essencial nas organizações, pois envolve a habilidade de construir relacionamentos positivos e gerenciar emoções no ambiente de trabalho, sendo um desafio para os profissionais que lidam

com pessoas diversificadas em termos de formação, cultura e valores. Desenvolver a inteligência emocional significa controlar impulsos, administrar emoções e agir de forma coerente, o que melhora os relacionamentos entre os membros da equipe, partes interessadas e a organização como um todo. A inteligência emocional, portanto, pode ser considerado uma vantagem estratégica, pois, proporciona uma compreensão profunda das emoções e sentimentos onde permite que sejam maximizados o potencial humano e sucesso nas tarefas executadas.

Em conformidade com Freedman e Friedeldej-Van Dijk (2018), a habilidade de consideração e gerenciamento de emoções pode aprimorar a solução de conflitos no contexto empresarial, contribuindo para um ambiente mais saudável e produtivo, com redução de estresse e problemas.

Segundo Ferrari e Ghedine (2021), a habilidade de lidar com as próprias emoções, conhecida como Inteligência Emocional, se torna cada vez mais importante na sociedade contemporânea, principalmente no contexto organizacional. Habilidade essa que pode ser adquirida e aprimorada ao longo da vida, e que traz benefícios significativos para o ambiente de trabalho. Ela é essencial para todos os colaboradores, abrangendo diversos aspectos da vida profissional, como liderança, trabalho em equipe, comunicação e desenvolvimento pessoal. No entanto, a Inteligência Emocional ganha ainda mais relevância para aqueles que ocupam cargos de liderança, sendo um critério fundamental para identificar líderes capazes de gerenciar suas emoções de forma eficaz.

Apesar do desafio de que os conflitos podem ser importantes, Goleman (1995) destaca que a inteligência emocional facultada aos profissionais possibilita o gerenciamento eficiente de suas próprias emoções e a perspicaz compreensão das emoções alheias. Este domínio torna-se particularmente vital em contextos conflituosos, nos quais as emoções, caso não sejam administrados, podem constituir um obstáculo à resolução eficaz de problemas.

Os estudos e pesquisas de Shamir *et al.* (2005) e Turban et al. (2017), afirmam que a inteligência emocional pode ter um impacto positivo na eficácia da liderança e, conseqüentemente, na satisfação e fidelidade dos clientes e parceiros de negócios. Pois, desempenha uma função decisiva na gestão das emoções no ambiente de trabalho, especialmente diante de uma rotina intensa e carente de prioridades e planejamento.

A inteligência emocional também é essencial para o desenvolvimento de estratégias de fortalecimento de um negócio. Os líderes que dispõem dessa desenvoltura conseguem identificar oportunidades e ameaças, sobretudo lidam de forma exata diante dos desafios no mercado. As inconformidades que acontecem nas negociações sempre estão relacionadas a questões de poderes, controles, falta de comunicação e interesses pessoais. (BRAGA, 2018; OLIVEIRA, 2020).

Os estudos destacam a conscientização sobre a importância da inteligência emocional no ambiente de trabalho e sua relevância para a saúde mental dos indivíduos, embora os principais desafios enfrentados incluam aos gestores e funcionários a pressão por resultados, colaboração, trabalho em equipes e a tomada de decisões difíceis. Para superar esses desafios, é importante desenvolver a inteligência emocional e aplicá-la nos ambientes de negócios. Além do mais, a inteligência emocional é um fator de grande relevância para os profissionais que estão à frente de lideranças, com ela os mesmos conseguiram melhorar seus perfis e poderão a utilizar como uma valiosa ferramenta estratégica e diferencial competitivo. (SILVA, 2010; CABRAL, 2011; OLIVEIRA, 2017; ELOY et al., 2021).

É importante ressaltar que a inteligência emocional pode ser desenvolvida com o passar do tempo, de modo que sua aplicação possa proporcionar resolução de problemas práticos e de forma rápida com monitoramento ágil na influência do controle de emoções e conseqüentemente

aumento propiciando, melhores resultados nos negócios, contribuindo assim para o melhoramento de ótimo relacionamento entre patrão, funcionários, clientes e fornecedores. Aliás, investir no aprimoramento das competências emocionais pode trazer resultados positivos em diversas áreas da vida, e por ser uma ferramenta essencial para tomada de decisões nos ambientes de negócios, os gestores que possuem essa habilidade conseguem avaliar e identificar situações complexas, e antecipadamente gerar uma solução eficaz para resolvê-la. (GUEBUR et al., 2015; MOREIRA, 2017; FISCHMANN et al., 2022).

A inteligência emocional auxilia na construção de relacionamentos duradouros e bem-sucedidos, pois, permite que os públicos envolvidos se comuniquem de forma empática e compreensiva. Dada a ausência de comunicabilidade e interação entre indivíduos, o que pode dificultar a condução dos negócios, os gestores podem consumir medidas tomando decisões impulsivas e intuitivas. Além disso, enfrentam desafios ao lidar com conflitos e situações de estresse (CRESTANI, 2015; LIMA, 2019; DA SILVA et al., 2020).

Por isso, é fundamental desenvolver a capacidade de compreender e gerir as emoções, para que sejam tomadas resoluções conscientes e assertivas. Os administradores dos negócios precisam estar preparados para lidar com essas situações e utilizar a inteligência emocional para gerenciar os conflitos e promover a colaboração. Dessa forma, será possível alcançar resultados positivos e construir um negócio bem-sucedido. (DOMINGUES, 2009; LOPES, 2020; ALVES et al., 2021).

2.2 ESTUDOS ANTERIORES

Quadro 1 – Estudos correlatos à Inteligência Emocional

Título	A inteligência emocional como fator determinante nas relações interpessoais: emoções, expressões corporais e tomadas de decisão.
Autor	Maria João Martins Rosa da Silva.
Tipo	Dissertação de Mestrado em gestão MBA.
Ano	2010
Objetivo	Análise do nível de importância da inteligência emocional e das emoções na tomada de decisão, e em que medida são elementos intervenientes nas relações interpessoais.
Delineamento	Revisão de Literatura e pesquisa descritiva com o estudo de caso aplicado em 60 pessoas.
Resultados	Os resultados obtidos apoiaram as hipóteses formuladas. A grande maioria dos inquiridos apresenta facilidade no contato com outros indivíduos que os rodeiam, estabelecendo proximidades estáveis, verificando-se uma elevada predisposição para interagir, mesmo que dessa inteiração surja necessidade de ajustes comportamentais. Infere-se que, com comportamentos desta natureza só podem ocorrer relacionamentos positivos, neste caso, a componente emocional dos indivíduos considera-se equilibrada, apresentando deste modo inteligência emocional.
Título	Inteligência emocional e ética no sucesso organizacional
Autor	Ângelo Miguel Rodrigues Cabral
Tipo	Dissertações de Mestrado
Ano	2011
Objetivo	Analisa a importância da Inteligência Emocional na conduta Ética dos indivíduos e no impacto dessas no Sucesso Organizacional. Neste sentido, o objetivo geral está na investigação e prende-se com a exploração do papel da Inteligência Emocional na tomada de decisão ética, especificamente na Ética Individual, na Percepção da Ética de Terceiros, na medição da diferença entre a percepção da avaliação de ética individual e de terceiros.
Delineamento	Abordagem quantitativa. A amostra deste estudo é constituída por empresas exportadoras e/ou com interesse em exportar da base de dados da AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. Foram testadas as hipóteses formuladas em 404 empresas O procedimento metodológico adoptado na realização da investigação consistiu numa abordagem quantitativa que visou a mensuração das variáveis do modelo conceptual. A recolha de dados foi feita pela administração de um questionário, tratando-se os resultados recorrendo à análise estatística e ao programa IBM SPSS Statistics 19.

Resultados	A Inteligência Emocional emerge como fator preponderante na explicação das percepções éticas no alcance do sucesso organizacional. Foi atestado também o papel predito da Inteligência Emocional na Ética Individual, e o papel predito destas duas na Percepção da Ética de Terceiros. A Inteligência Emocional emergiu como um constructo fortemente correlacionado com a Autoestima e a Desejabilidade Social. De uma forma geral os indivíduos consideram-se mais éticos que os seus pares, e se se envolvem em condutas antiéticas acreditam que os outros se envolvem ainda mais. A Autoestima não mediou a Inteligência Emocional com Ética e Percepções de Sucesso pois, verificou-se ser uma relação profundamente sedimentada.
Título	Motivação, inteligência e inteligência emocional e suas relações com o desempenho acadêmico.
Autor	Rafaella Lacerda Crestani
Tipo	Dissertações de Mestrado
Ano	2015
Objetivo	Verificar a relação entre inteligência, inteligência emocional e motivação, com o desempenho acadêmico por variáveis influências cognitivas e emocionais.
Delineamento	Pesquisa aplicada com alunos do nível médio técnico.
Resultados	O resultado da pesquisa salienta a importância de todos os envolvidos no processo educacional escolar para que se preocupem em entender os alunos além de seu aspecto cognitivo, olhando para as questões motivacionais dos mesmos.
Título	A importância do Feedback associado à inteligência emocional em contextos organizacionais
Autor	Camila Teles de Oliveira
Tipo	Dissertação de Mestrado
Ano	2017
Objetivo	Identificar as necessidades de desenvolvimento das tarefas, o estabelecimento de objetivos e/ou responsabilidades e um plano de desenvolvimento de competências dos seus funcionários. Tencionou-se, portanto, perceber o impacto da forma como os líderes atuam e se comunicam em relação aos colaboradores e as possibilidades de otimização dos resultados organizacionais a partir do uso do feedback.
Delineamento	Abordagem qualitativa com amostragem de pesquisa com vinte e nove colaboradores e onze lideranças do Hotel InterContinental Lisboa, em Portugal. Consiste em uma análise realizada entre Junho de 2015 e Novembro de 2016 sobre práticas de gestão empresarial com foco na inteligência emocional e no feedback.
Resultados	Há um grande interesse e uma forte atuação do Hotel InterContinental Lisboa, no que concerne à aplicação do feedback e ao desenvolvimento de competências dos seus colaboradores, por intermédio da avaliação de desempenho. Através do seu questionário de satisfação, é possível obter o feedback dos colaboradores sobre a satisfação com o ambiente de trabalho, a desenvoltura das chefias, a comunicação entre os colaboradores e as chefias, entre outros.
Título	Inteligência emocional e a dupla jornada – graduação e trabalho: como se afetam e de que forma se relacionam com a gestão do tempo.
Autor	Daniele Beatriz Lázaro Eloy, Érika Kawane Batista Carvalho e Patrícia Vaz de Lessa.
Tipo	Artigo publicado na Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa.
Ano	2021
Objetivo	Demonstrar as possíveis correlações que podem existir entre Inteligência Emocional e Gestão do tempo, e com isso, proporcionar um estudo significativo das eventuais tomadas de decisões dos alunos estudantes acadêmicos, que possuem duplas jornadas diárias.
Delineamento	Aplicação de questionário através de envio de formulário via Google Forms a estudantes do curso de Psicologia da Universidade UNIFIL de Londrina- Paraná.
Resultados	A pesquisa conseguiu demonstrar que a Inteligência Emocional e a Gestão do Tempo no grupo de pessoas que possuem uma dupla jornada trabalho e universidade, em quase a maioria das questões, obtiveram um maior percentual de aptidões para lidar com as inúmeras demandas diárias, se saindo melhores que o grupo que apenas estuda. Logo, entendemos que ambas se correlacionaram e se afetaram mutuamente, implicando, porém, numa melhor capacidade em construir caminhos e soluções no seu cotidiano. Entende-se uma melhor inteligência do grupo em lidar com as múltiplas tarefas diariamente.
Título	A inteligência emocional: Influência na vida profissional e nas organizações.
Autor	Israel Ribeiro Alves

Tipo	Artigo
Ano	2021
Objetivo	Verificar sobre o tema afim de demonstrar a aplicação da inteligência emocional no ambiente organizacional, através do desenvolvimento das lideranças, com o conceito de inteligência emocional, tendo em vista como as pessoas se comportam comunicam-se, e como se relacionam no ambiente organizacional, bem como as consequências sofridas pela organização por atitudes, casadas pela tomada de decisões e negociações baseadas no uso das emoções, e a importância do uso inteligente e adequado das emoções para a geração de resultados positivos.
Delineamento	Pesquisa bibliográfica em artigos e dissertações.
Resultados	Contribuir para compreensão dos indivíduos e empresas como poderão desenvolver a inteligência emocional. O trabalho agrega para o conhecimento sobre o tema no que o autor destaca sobre um assunto pouco conhecido e desenvolvido.
Título	Inteligência emocional e satisfação no trabalho.
Autor	Bianca Costa Lima
Tipo	Trabalho de Conclusão de Graduação
Ano	2019
Objetivo	Explorar a relação entre inteligência emocional e satisfação no trabalho, através da realização de uma pesquisa exploratória baseada em estudo bibliográfico sobre como esses conceitos foram desenvolvidos, assim como a relação estabelecida entre os mesmos.
Delineamento	Estudos Bibliográficos
Resultados	Compreender as emoções para o melhoramento dos relacionamentos interpessoais, com engajamento de grupo, promoção de cooperação, desenvolvimento de melhores estratégias para neutralizar o estresse, melhor gerenciamento da carreira, liderança, tomada de decisão e bem-estar.
Título	Análise das medidas de inteligência emocional: antes e após intervenções dessas vivências.
Autor	Maviel Filipe Lacerda do Nascimento Lopes
Tipo	Tese de Doutorado
Ano	2020
Objetivo	Avaliar o resultado de um treinamento vivencial de inteligência emocional e suas variáveis sociodemográficas.
Delineamento	Pesquisa realizada com 105 indivíduos que realizaram o curso vivências de inteligência emocional e assinaram o TCLE. Os instrumentos utilizados foram o questionário sociodemográfico e o de medida de inteligência emocional MIE.
Resultados	Foi analisado após a pesquisa que é possível que os parâmetros utilizados nas vivências possam ser considerados como medida para aferir a contribuição dessas práticas de forma sistemática e assim, melhorar a qualidade de oferta das mesmas cujo objetivo é propiciar autoconhecimento e autogestão emocional para ao participante.
Título	A importância da inteligência emocional nas organizações
Autor	Vera Lucia Moreira
Tipo	Artigo
Ano	2017
Objetivo	Mostrar a importância da Inteligência emocional nas organizações, entender a importância da inteligência emocional para profissionais e lideranças e a sua relação com a melhoria da comunicação interpessoal nas organizações.
Delineamento	Pesquisa qualitativa do tipo descritiva e teórica.
Resultados	A inteligência emocional é percebida como uma ferramenta estratégica, um diferencial competitivo, apreendida e desenvolvida ao longo da vida por fornecer conhecimento a respeito dos sentimentos e das emoções. Através do entendimento do comportamento característico da natureza humana, o que é empregado no gerenciamento dos recursos humanos para extrair o máximo potencial de trabalho das pessoas e grupos culminando ao seu término com êxito.
Título	Inteligência Emocional, Empatia e Satisfação no Trabalho em Médicos
Autor	Ana Rita Santos Domingues
Tipo	Dissertação de Mestrado em Temas de Psicologia
Ano	2009
Objetivo	Entender a capacidade de entender com a inteligência emocional que são fundamentais na relação terapêutica verificando-se que os doentes se sentem melhor e aderem mais aos

	tratamentos quando percebem que o médico consegue compreender o seu ponto de vista e colocar-se na sua perspectiva.
Delineamento	Análise Descritiva com pessoas.
Resultados	Amostra de 35 médicos de várias especialidades médicas demonstraram que a empatia e a inteligência emocional estão correlacionadas
Título	Planejamento Estratégico: Um estudo de caso na Tumat Store.
Autor	Matheus Martins Braga e Homero Domingues.
Tipo	Artigo
Ano	2018
Objetivo	Indicar a importância do planejamento estratégico em uma empresa, através de diagnóstico realizado, por meio de observação e análise de documentos, a fim de identificar problemas e necessidades, bem como proposto um modelo de Planejamento Estratégico adequado ao pequeno varejo de vestuário esportivo.
Delineamento	Estudo de Caso da empresa Tumat Store, loja de pequeno porte no segmento varejista de artigos e vestuários da linha fitness e moda casual, localizada no centro de São Domingos do Prata-MG.
Resultados	Identificou-se a necessidade de elaborar estratégias para aumentar o faturamento da empresa e fortalecer a marca da empresa, e devido pouco tempo de aplicação, sugere-se como continuidade da pesquisa a implementação do modelo de Planejamento Estratégico sugerido, como forma de alcançar os objetivos propostos.
Título	Ambiente de Negócios, Investimentos e produtividade.
Autor	Luiz Ricardo Cavalcante
Tipo	Texto para Discussão
Ano	2015
Objetivo	Examinar o ambiente em que as empresas operam, incluindo fatores econômicos, políticos, sociais e tecnológicos que afetariam os negócios. Fornecendo uma compreensão aprofundada do cenário em que as organizações precisam tomar decisões, abordando as Estratégias de Investimento necessário para melhores resultados no negócio.
Delineamento	Livro
Resultados	O livro proporciona aos leitores conhecimentos sobre os temas: Compreensão do Ambiente de Negócios, propicia aprendizado contínuo estimulando desejo, levando os leitores a procurar mais informações e recursos para ampliar seu conhecimento em finanças e negócios, bem como ao networking, empreendedorismo, inovação, criação de novos negócios e projetos.
Título	Inteligência emocional no trabalho
Autor	Andréa Zocateli Guebur, Cleusa Aparecida Poletto e Daicy Maria Sipoly Vieira.
Tipo	Artigo publicado na revista Inter saberes.
Ano	2007
Objetivo	Analisar o papel da inteligência emocional no âmbito do trabalho a partir do conceito das inteligências múltiplas. Buscando reunir subsídios e ampliar as reflexões sobre a influência da inteligência emocional no desenvolvimento de competências e habilidades e como forma de amenizar significativamente os comportamentos que vêm abalando o emocional e a vida das pessoas no ambiente de trabalho.
Delineamento	Pesquisa bibliográfica.
Resultados	Considera-se necessário investigar a importância da inteligência emocional no desenvolvimento pessoal e interpessoal do ser humano. A inteligência emocional pressupõe a revisão da concepção de homem e de sua relação consigo próprio, com os outros e com o mundo, e, conseqüentemente, a formação de um novo modelo de profissional que competente o caráter humano.
Título	Inteligência emocional a luz dos componentes de Goleman (2015): uma análise da influência da Inteligência emocional no exercício de cargos formais de liderança em uma empresa distribuidora de energia elétrica.
Autor	Oliveira, Rayssa Costa da Silva.
Tipo	Artigo
Ano	2020
Objetivo	Analisar a influência da Inteligência emocional no exercício de cargos formais de liderança em uma empresa distribuidora de energia elétrica. A inteligência emocional e sua influência no contexto organizacional surge como habilidade importante no exercício da liderança por

	<p>peessoas que ocupam cargos formais, sendo um tema que pode ser reconhecido como importante e fundamental em tempos de mudanças, adaptações e incertezas.</p>
Delineamento	<p>Pesquisa exploratória descritiva com utilização da abordagem para o tratamento de dados no campo quantitativo à luz da estatística descritiva simples, tendo terreno da pesquisa uma empresa distribuidora de energia elétrica, com amostragem de 32 colaboradores que exercem cargos formais de liderança.</p>
Resultados	<p>Reconhecimento da inteligência emocional como aspecto importante para o exercício da liderança, assim como também para o gerenciamento de momentos de crises/conflitos, onde foram destacados os componentes autogestão, empatia, trabalho em equipe e liderança inspiradora, com maior influência para o enfrentamento de situações de crises entre os líderes pesquisados.</p>
Título	Inteligência emocional e liderança: Possíveis caminhos e desafios a serem trilhados.
Autor	Sandro Roberto Ferrari, Tatiana Ghedine
Tipo	Artigo
Ano	2021
Objetivo	<p>Analisar a produção científica publicada em periódicos nacionais e internacionais sobre os temas Inteligência Emocional (IE) e Liderança, a partir de uma revisão sistemática da literatura. Traz consigo o objetivo de obter uma maior quantidade de informações que suportem a sistematização do conhecimento para a criação futura de algo novo e original que possa mais adiante ser validado, corroborando com as lacunas de pesquisas</p>
Delineamento	Análise feita em 60 artigos científicos extraídos do Google Acadêmico.
Resultados	<p>Espera-se uma melhor compreensão dos caminhos já trilhados e dos desafios que se apresentam para o futuro, envolvendo estas temáticas (IE e liderança).</p>
Título	Utilização de Indicadores de Desempenho para a Tomada de Decisões Estratégicas: um Sistema de Controle.
Autor	Adalberto Américo Fischmann e Moisés Ari Zilber
Tipo	Artigo publicado na Revista de Administração Mackenzie
Ano	2022
Objetivo	<p>Demonstrar a necessidade e a possibilidade de uma empresa contar com instrumentos para seu planejamento e gestão estratégica, os quais forneçam insumos para a elaboração dos planos e respectivos controles.</p>
Delineamento	<p>Levantamento bibliográfico sobre os indicadores de desempenho e decisões estratégicas em ambientes competitivos. Apresentados na proposta de um sistema de indicadores de desempenho da energia do Estado de São Paulo no período de 1987/1996.</p>
Resultados	<p>Demonstra a necessidade e a possibilidade de uma empresa contar com instrumentos para seu planejamento e gestão estratégica, os quais forneçam insumos para a elaboração dos planos e respectivos controles. No caso, estudou-se a pertinência de um sistema de indicadores de desempenho para alcançar esses propósitos, realçando as propostas do EVA (Economic Value Added) e do Balanced Scorecard.</p> <p>Baseados nos dados e informações de 1996, dois quais propõem técnicas descritivas com significância para serem aplicadas em futuros trabalhos.</p>
Título	Inteligências múltiplas e inteligência emocional: conceitos e discussões.
Autor	Ubiratan Silva Alves
Tipo	Artigo
Ano	2008
Objetivo	<p>Busca oferecer um aprofundamento teórico das principais discussões sobre as teorias das Inteligências Múltiplas, Inteligência humana e Inteligência emocional.</p>
Delineamento	Artigos
Resultados	<p>As teorias foram apresentadas em tópicos distintos, onde apresentam explanação conceitual e que pode se perceber como os conceitos resgatados da Psicologia e como a singularidade são descritas a partir da óptica de sua identificação.</p>
Título	Inteligência emocional / Inteligência emocional
Autor	Jaqueline Moura da Silva, Adriana Melo Moura, Guilherme José Aragão Barbosa, Jorge Luiz de Souza Mota, Rafaela Sampaio da Cunha, Rucenita Leite de Queiroz, Thaís Figueiredo Santos e Diógenes José Gusmão Coutinho.
Tipo	<p>Pesquisa bibliográfica, onde foram feitos livros e artigos elaborados sobre o tema, dando ênfase a autores que são referência no assunto como Weisinger, Mayer, Salovey e Goleman.</p>
Ano	2020

Objetivo	Analisar o conceito de inteligência emocional, o seu impacto na vida das pessoas e como é possível desenvolver esta habilidade.
Delineamento	Artigos
Resultados	Verifica-se a necessidade de ser humano manter um equilíbrio entre as dimensões racional e emocional para ter uma vida mais feliz e saudável.

Fonte: Elaborado pela autora

Os trabalhos foram alcançados por diferentes dados, autores, conceitos e locais, incluindo uma variedade de pesquisas e estudos com classes e categorias que desenvolvem explanando a inteligência emocional, bem como, aplicação nos ambientes relacionais de convívio e negócios.

Conseguiram através das pesquisas objetivos distintos dos quais estão entre. Avaliar a eficiência da inteligência emocional, identificar problemas e propor um modelo de planejamento estratégico que avalie a diferença entre a percepção ética individual e coletiva, bem como a influência dos poderes de mando e gestão em cargos de liderança. Além disso, analisar a produção científica sobre inteligência emocional, identificar indicadores de desempenho financeiro e não-financeiro com foco no Balanced Scorecard e outros tópicos relacionados.

Cada pesquisa possui um título diferente que reflete particulares, tais como, estudo da importância da inteligência emocional, controle das emoções dos profissionais nos ambientes de trabalho, relação entre a inteligência emocional e as competências emocionais e a aplicação nos negócios como um todo.

Alguns autores destacam a importância da inteligência emocional, enquanto outros revelam que a maioria dos profissionais não aplica eficazmente a inteligência emocional em seu ambiente de trabalho. A maioria dos estudos abordam a importância da inteligência emocional em circunstâncias e contextos múltiplos, relacionando as relações interpessoais, ambiente de trabalho, equipes e lideranças. Existem ainda estudos que exploram a influência da inteligência emocional na tomada de decisões, seja no âmbito ético, nas relações interpessoais, no contexto acadêmico, ou na liderança.

Cada estudo define seus objetivos específicos e demonstra através dos estudos os distintos pontos de vistas, bem como identificar as correlações entre a inteligência emocional e outras variáveis, com o foco em avaliar a influência em diferentes situações, desenvolvimento das estratégias e melhoramento na questão relacional.

Em comparação com as demais pesquisas, a presente pesquisa em questão, que traz o tema sobre a Inteligência emocional no ambiente de negócios, apresenta uma ênfase notável em sua importância e aplicação em diversos contextos de mercado, bem como comércios do município de Juína-MT, e delimita as pessoas que trabalham com pessoas, seja na comercialização de vendas de produtos, serviços e áreas industriais, abrangendo o relacionamento e relações interpessoais entre o ambiente de trabalho, liderança, comportamentos e o cenário econômico.

Em resumo, embora todas essas pesquisas compartilhem pensamentos distintos sobre o tema, todas trazem em si o foco na inteligência emocional, bem como sua aplicação no ambiente de negócios, dos quais apresentam diferenças significativas em termos de contexto, metodologia, amostragem, objetivos e resultados.

3 METODOLOGIA

Do ponto de vista de sua natureza, esta pesquisa classifica-se como aplicada. Quanto à abordagem do problema, trata-se de um estudo quali-quantitativo, no que diz respeito aos objetivos, caracteriza-se como uma pesquisa descritiva.

Conforme aos procedimentos técnicos, a pesquisa contará com um levantamento de dados, por meio de questionário eletrônico, para conhecer a opinião dos respondentes.

3.1 CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE

Essa proposta de TCC envolve a realização de pesquisas científicas bibliográficas e também levantamento de dados, com indivíduos que possuem aptidões físicas, mentais, que laboram em diferentes ramos do mundo dos negócios no município de Juína-MT.

Os participantes da pesquisa são pessoas que trabalham no comércio local, envolvidas na venda produtos ou prestação de serviços, sendo requisito mínimo para participação lidar no dia-a-dia com situações adversas de atendimento ao público, em que é necessário o uso da inteligência emocional.

Foram utilizados no referencial teórico estudos já concretizados e publicados em bases de dados por meio de artigos, teses, dissertações, publicação de livros sem restrições constantes no Google Acadêmico, Livros, Revistas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Essa base teórica irá apoiar a análise dos dados e a discussão dos resultados alcançados.

3.2 COLETA DE DADOS

O questionário foi enviado por meio da plataforma Google Forms, para os e-mails disponíveis na base de dados dos acadêmicos da faculdade AJES, em 05/10/2023, bem como a diversas empresas no município local de Juína-MT, enviados na mesma data. Automaticamente, todas as empresas que receberam o formulário reencaminharam para os seus colaboradores, os quais se puseram a participar assiduamente da pesquisa de forma voluntária e de livre e espontânea vontade. Até o presente momento, obtivemos a quantia total de participações com respostas de 102 participantes, tendo o fechamento do formulário em 20/10/2023.

Este contato com as empresas e alunos que responderam o formulário foram intermediados através de solicitações feitas por meio de ligações, via redes de comunicação para explicar sobre a pesquisa e em algumas empresas ocorreu de forma presencialmente para que os gestores pudessem entender e autorizar a realização. Foi explicado a respeito dos procedimentos adotados aos entrevistados, inclusive apresentado no próprio questionário o termo de consentimento livre de esclarecimento e também foram enviadas às empresas ofícios da coordenadora de curso, solicitando a contribuição para o trabalho de conclusão de curso.

A todas as empresas participantes e pessoas que responderam, foi explicado o objetivo da pesquisa e entrevista do qual presume intuito único de coletar dados para um estudo de caso sobre a inteligência emocional no ambiente de negócios, de forma confidencial sem expor dados pessoais. Todos os participantes foram informados de que tinham o direito de consultar os dados a qualquer momento, antes, durante ou após a participação no trabalho, sendo essa disponibilidade incluída a todos os participantes.

Como a pesquisa envolve seres humanos, foram observadas as diretrizes para proteção dos direitos dos envolvidos no estudo e os critérios estabelecidos pela Resolução n. 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde.

Utilizou-se perguntas com respostas objetivas, conforme utilização de três questionários readaptados em estudos anteriores e validados pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP), na data de 14/09/2023, colegiado criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade, para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro dos padrões éticos. A banca avaliadora, por sua vez, foi a Universidade de Cuiabá (UNIC) – Unidade Beira Rio.

Para preenchimento completo de todo o questionário o participante dispôs de cerca de dez minutos, esse tempo permuta entre explicação e coleta de dados, tudo pensado e analisado de modo que não atrapalhasse o trabalho do entrevistado, ou do que for mais conveniente.

Todos os participantes concordaram positivamente em responder às perguntas, sem que fosse forçado a participação. A abordagem trata-se de um questionário adaptado, para melhores práticas e informações mais relevantes ao instrumento do trabalho de conclusão de curso. Neste contexto, foram criteriosamente selecionadas perguntas relevantes à abordagem, adicionalmente, foram introduzidas novas questões relevantes para a compreensão integral do estudo.

3.3 ANÁLISE DOS DADOS

O questionário utilizado neste estudo foi desenvolvido com base na combinação de três questionários previamente utilizados em estudos relacionados. O primeiro questionário foi utilizado por Lopes (2020) em seu estudo Análise das medidas de inteligência emocional: antes e após intervenções dessas vivências. O segundo questionário foi utilizado por Valente e Lourenço (2020), e o terceiro questionário aborda referências à dissertação do mestrado de Ana Rita Santos Domingues, intitulada “Inteligência Emocional, Empatia e Satisfação no Trabalho em Médicos”, realizada na Universidade do Porto, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação (2009).

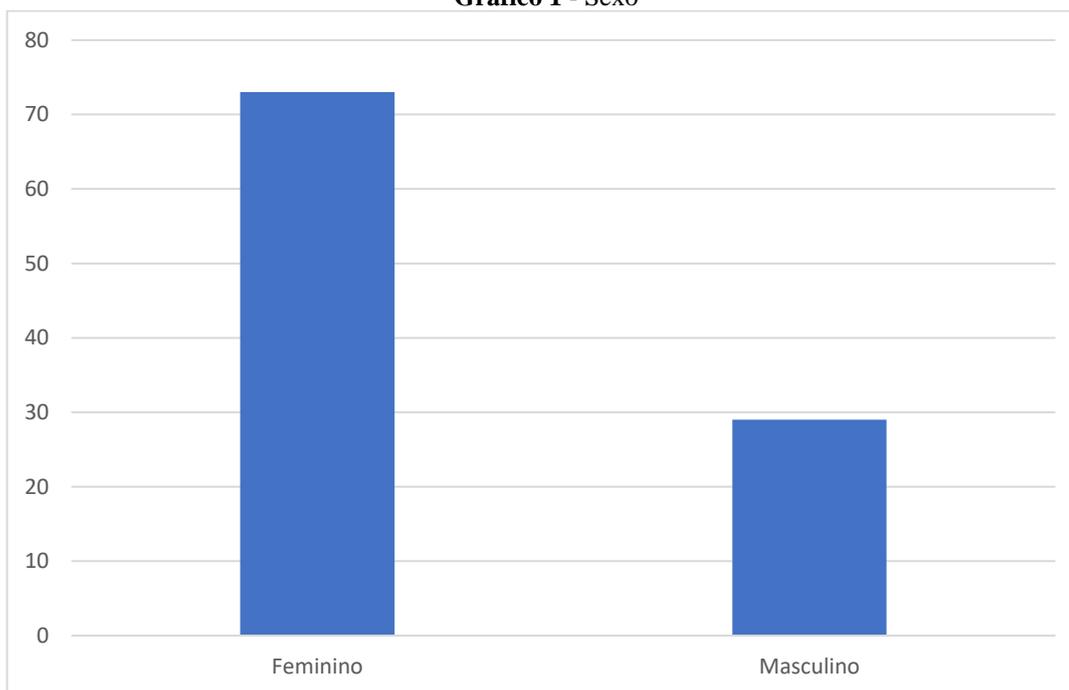
A combinação desses questionários permitiu abordar de forma abrangente os aspectos de interesse neste estudo sobre a Inteligência emocional aplicada nos negócios. Os dados coletados foram analisados quantitativa e qualitativamente, sendo as respostas transformadas em números, sobre os quais foram aplicados conceitos teóricos, com o intuito de justificar as informações coletadas, de maneira a integralizar a teoria com a prática (HARTZ, SOUZA e GOMES, 2019).

As informações obtidas foram convertidas em dados de resultados finais, expressos em porcentagem, e serão apresentadas por meio de gráficos, tabelas e outros recursos visuais para facilitar a compreensão do leitor. A coleta de informações foi feita nos seguintes setores de negócios: Empresas do ramo alimentício; Empresas de venda de produtos / peças; Prestadores de serviços em geral.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa, conduzida com 102 participantes, teve como objetivo analisar diversos aspectos relacionados à inteligência emocional e seu impacto nos ambientes de negócios. Além de abordar questões específicas sobre a inteligência emocional, a pesquisa também incluiu perguntas sociodemográficas para identificar o perfil dos participantes.

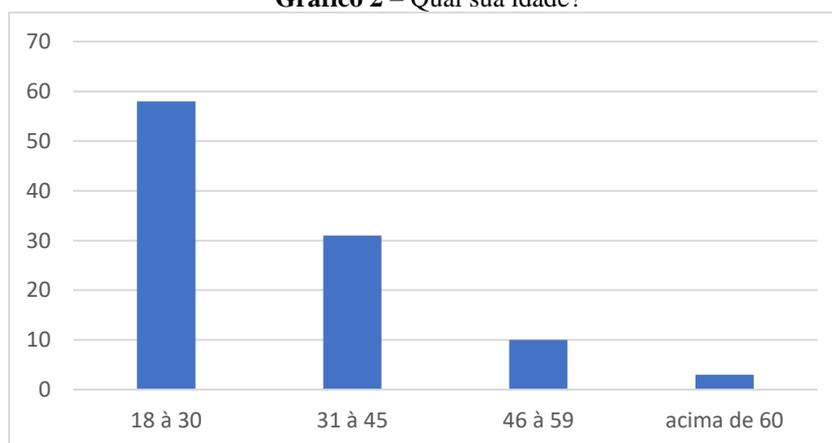
Gráfico 1 - Sexo



Fonte: Dados da pesquisa

Na presente pesquisa, a distribuição por gênero mostrou que 28,4% dos participantes eram do sexo masculino, enquanto a maioria esmagadora, correspondente a 71,6% dos participantes, era do sexo feminino. Comparando com os resultados do estudo de DOMINGUES (2009), notamos uma inversão na tendência, já que, na pesquisa anterior, 49% dos participantes eram do sexo masculino e 51% do sexo feminino. Isso sugere uma mudança na distribuição de gênero ao longo do tempo, com uma maior proporção de participantes femininas na pesquisa mais recente, do qual se puseram a responder ambos questionários.

Gráfico 2 – Qual sua idade?

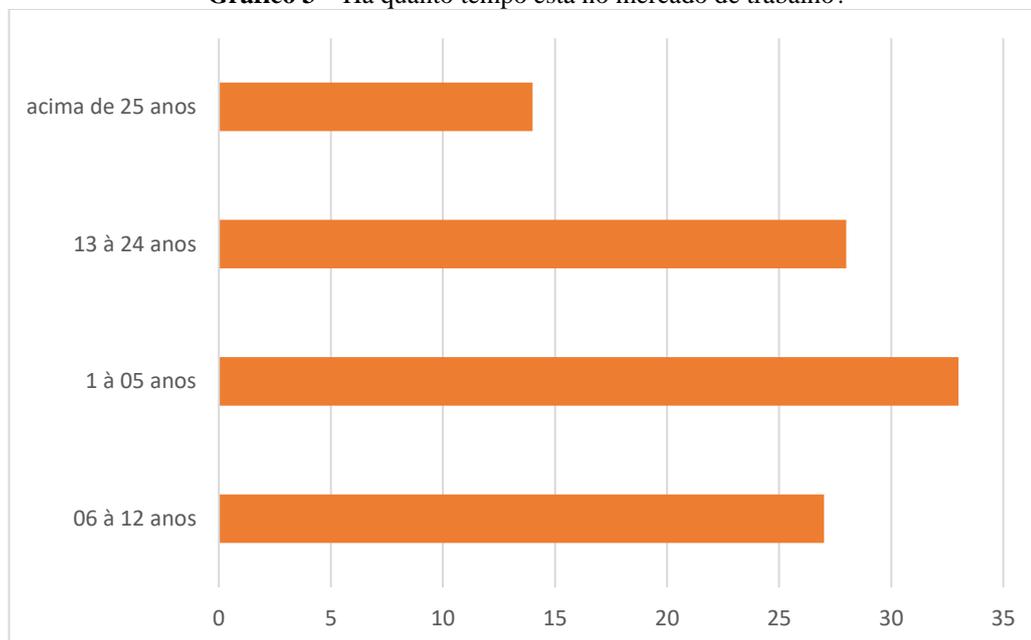


Fonte: Dados da pesquisa

Trata-se de uma questão sociodemográfico que visa coletar informações sobre a distribuição etária dos participantes do estudo. A análise detalhada dos dados revelou que a amostra era composta por pessoas de diferentes faixas etárias, fornecendo informações valiosas sobre a composição etária da população estudada. A maioria dos participantes, representando 56,9% do total, estava na faixa etária de 18 a 30 anos, demonstrando uma presença significativa de indivíduos jovens na pesquisa. Além disso, 30,4% dos participantes estavam na faixa etária de 31 a 45 anos, indicando uma considerável representação da faixa etária intermediária. Um grupo menor, compreendendo 9,8% do total, ou seja, 10 participantes, estava na faixa etária de

46 a 59 anos, o que sugere a presença de participantes mais maduros na amostra. Por fim, 2,9% dos participantes, correspondendo a 3 pessoas, informaram ter mais de 60 anos, revelando a existência de um pequeno contingente de participantes mais idosos.

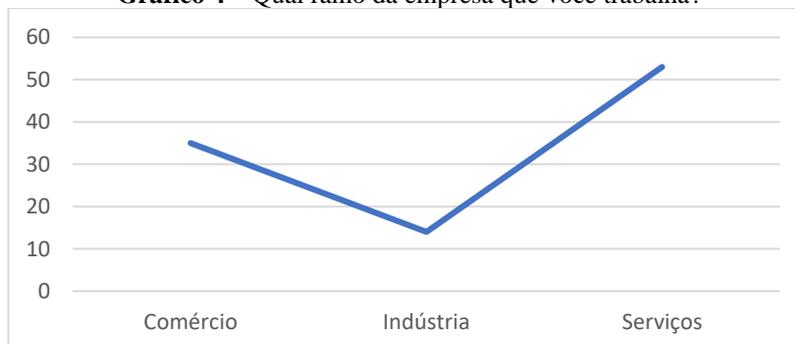
Gráfico 3 – Há quanto tempo está no mercado de trabalho?



Fonte: Dados da pesquisa

Na pesquisa atual, os participantes têm experiência diversificada no mercado de trabalho, com 32,7% tendo de 1 a 5 anos, 26,7% com 6 a 12 anos, 27,7% com 13 a 24 anos e 12,9% com mais de 25 anos de experiência. Em contrapartida, em DOMINGUES (2009), o estudo se concentrou em médicos de diferentes especialidades, destacando que os médicos clínicos gerais tinham uma média de 22,6 anos de experiência profissional, enquanto médicos de outras especialidades tinham uma média consideravelmente mais baixa de 9,9 anos de experiência. Ambos os trechos fornecem informações sobre a experiência no mercado de trabalho, sendo que a pesquisa atual se baseia em uma amostra mais diversificada com pessoas do município de Juína-MT do comércio local, enquanto DOMINGUES (2009) se concentra na comparação de dados demográficos entre médicos com diferentes especialidades, incluindo a experiência de trabalho.

Gráfico 4 – Qual ramo da empresa que você trabalha?

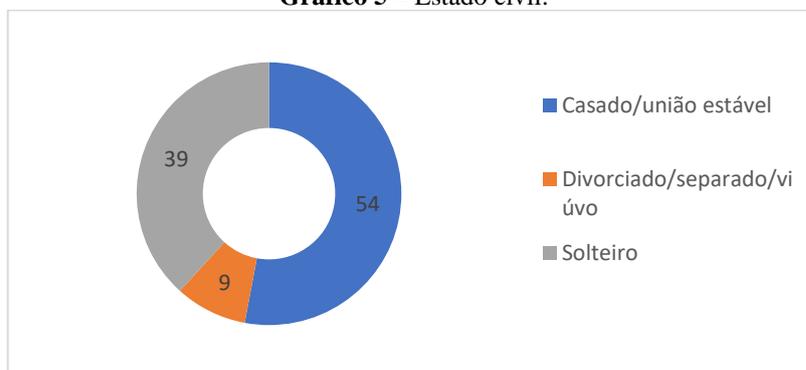


Fonte: Dados da pesquisa

Por se tratar de uma questão sociodemográfica destinada à obtenção de informações sobre o campo ocupacional dos 102 participantes desta pesquisa. A análise detalhada dos dados revelou uma diversidade significativa em relação aos ramos de atuação dos participantes. Do total de participantes, 52% (53 pessoas) estão envolvidos na prestação de serviços, indicando

uma forte presença no setor de serviços. Além disso, 34,3% (35 pessoas) estão trabalhando no setor de comércio, envolvendo vendas de produtos, o que demonstra uma considerável representação no comércio. Um grupo menor, correspondendo a 13,7% (14 pessoas), está na indústria, sinalizando a presença de participantes que trabalham na produção de bens. Essa diversidade de áreas de atuação é um fator relevante a ser considerado na análise das percepções e experiências dos participantes

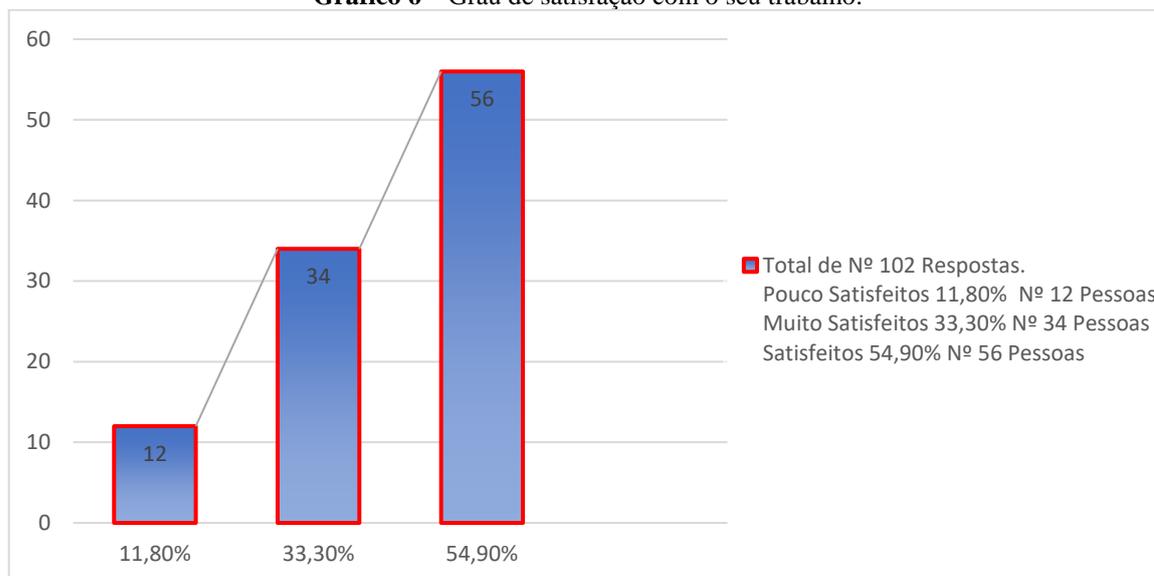
Gráfico 5 – Estado civil:



Fonte: Dados da pesquisa

Dentre as 102 respostas obtidas, 52,9% (54 pessoas) dos participantes são casados, 38,2% (39 pessoas) são solteiros e 8,8% (9 pessoas) são divorciados. Essa distribuição nos estados civis reflete a diversidade da amostra e pode influenciar as percepções e experiências dos participantes no contexto do estudo. Em comparação com o trabalho de DOMINGUES (2009), observou-se que grande parte da amostra se encontrava casada ou em união de facto, representando 77% do total de participantes. Os sujeitos divorciados, viúvos ou separados eram minoria, situando-se em menor porcentagem. Essa diversidade pode influenciar as percepções e experiências dos participantes no contexto do estudo, uma vez que diferentes estados civis podem ter desafios variados nas respostas e nas perspectivas dos participantes. Portanto, a amostra da presente pesquisa parece ser mais heterogênea em relação ao estado civil, ao contrário do estudo anterior que tinha uma concentração maior de casados e pessoas em união de facto.

Gráfico 6 – Grau de satisfação com o seu trabalho:



Fonte: Dados da pesquisa

O estudo de DOMINGUES (2009) analisou a satisfação no trabalho com base em dimensões específicas, destacando que a satisfação com a posição sócio profissional e a

satisfação com a realização profissional eram altas, enquanto a satisfação com o salário e as condições de trabalho eram mais baixas. Na pesquisa atual, foram comprovados uma variedade maior de níveis de satisfação no trabalho, com 11,8% pouco satisfeitos, 33,3% muito satisfeitos e 54,9% satisfeitos, além de identificar razões subjacentes para esses níveis. A pesquisa atual oferece uma compreensão mais detalhada da satisfação no trabalho e suas causas em comparação com o estudo anterior.

Quadro 2 - Qual sua função neste local?

Administrador (a)	2
Analista Administrativo	3
Analista Contábil	1
Analista de crédito	1
Analista de Negócios	1
Analista de Recursos Humanos	1
Analista Societária	1
Assistente Administrativo	1
Assistente de Instituição Financeira	1
Assistente de Logística e Transporte	1
Assessor Administrativo	1
Atendente de farmácia	1
Atendimento clínico	1
Atuação no departamento financeiro	1
Auxiliar Administrativo	5
Auxiliar de Justiça/ Cartório	4
Auxiliar de desenvolvimento infantil	2
Auxiliar de escritório	1
Auxiliar de Farmácia	1
Auxiliar de limpeza	2
Auxiliar de Contabilidade	3
Babá	1
Borracheiro	1
Cabeleireira	1
Compradora / Suplementos	1
Confeitaria	1
Cozinheira	1
Diretor (a) / Promotor (a) de Vendas	5
Cabelereira	1
Coordenador Administrativo	1
Coordenação	1
Cuidadora de idosos	1
Depiladora e Designer de sobrancelhas	1
Digitador	1
Diretora	1
Estagiário (a)	5
Esteticista	1
Escrevente	1
Faqueiro	1
Financeiro	1
Florista/flores e harmonia	1
Gerente	2
Gestão de recursos humanos	1
Manicure	2
Massagista	1
Mecânico de moto	1
Motorista de Transporte Escolar Municipal	1
Operadora de caixa	2
Operadora de Produção	1

Prestador de serviços - Despachante	1
Prestador de serviços gerais	1
Professora	3
Proprietária	4
Recepcionista	1
Secretária do lar	1
Secretário (a)	4
Serralheiro	1
Supervisora	1
Técnica de segurança do trabalho	1
Técnico em infraestrutura	1
Vendedor (a)	9

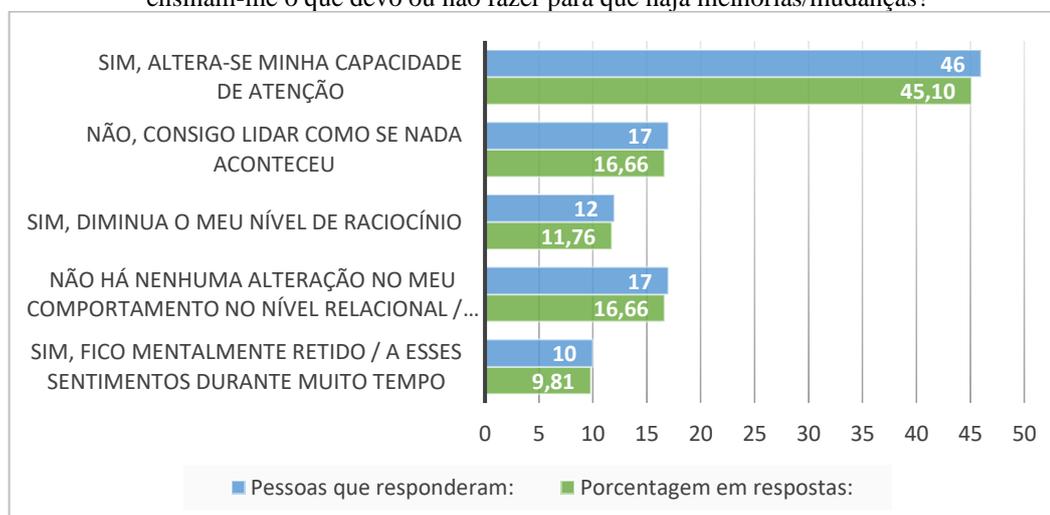
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à diversidade de 102 funções, observamos que há 56 funções diferentes entre os participantes. Observa-se que no total, 9 participantes estão relacionados a cargas de vendas de produtos, 14 na indústria e 79 na prestação de serviços. Embora algumas funções possam ser semelhantes, essa variedade reflete a importância de cada indivíduo em seu papel específico. A diversidade e a interligação das funções destacam a complexidade e a importância das operações comerciais, onde para o sucesso da empresa ressalta a necessidade de diversidade de funções para um ambiente de negócios completo e eficaz.

A seguir, apresenta-se uma reconfiguração de um questionário aplicado e adaptado a partir do Questionário de Inteligência Emocional do Professor (QIEP), desenvolvido por Valente e Lourenço (2020). A presente pesquisa fez aplicação de um questionário com perguntas readaptadas de três obras onde contou com a participação atual de 102 pessoas na pesquisa atual. Especificamente, as questões de número: 07, 08, 14 a 31 foram readaptadas do questionário QIEP para atender às necessidades da pesquisa em andamento, que se concentra na aplicação da inteligência emocional em ambientes de negócios.

O QIEP é um instrumento que visa avaliar a inteligência emocional dos professores, concentrando-se em professores de ensinos básico e secundário em Portugal. Os resultados do estudo original de Valente e Lourenço (2020) demonstraram que o QIEP, após a adaptação e validação, é válido e consistente na avaliação da inteligência emocional dos professores, preenchendo uma lacuna na pesquisa sobre o assunto em língua portuguesa.

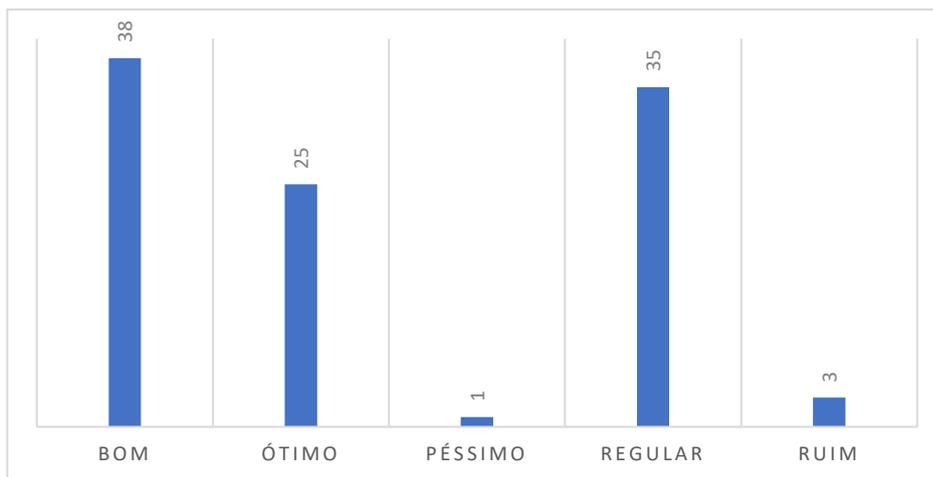
Gráfico 7 – As experiências desagradáveis /situações /relações negativas, que ocorrem no meu trabalho, ensinam-me o que devo ou não fazer para que haja melhorias/mudanças?



Fonte: Dados da pesquisa

Dos 102 participantes, 45,10% indicaram que experiências experimentais no trabalho apresentaram melhorias em sua capacidade de atenção, apontando que esses obstáculos têm impacto em seu foco. Por outro lado, 16,66% afirmaram não sentir nenhuma mudança em seu comportamento após tais experiências, demonstrando resiliência. 11,76% experimentaram uma diminuição no nível de raciocínio após enfrentar desafios no trabalho, indicando um impacto nas habilidades de pensamento lógico. Outros 16,66% não percebem alterações em seu comportamento relacional ou emocional após experiências negativas. Finalmente, 9,80% ficam presos a esses sentimentos por um período significativo, destacando o impacto emocional.

Gráfico 8 – De acordo com a escala a seguir, afirme como considera seu estado emocional atual?



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os resultados da pesquisa, observamos uma diversidade de estados emocionais entre os 102 participantes. Cerca de 24,5% dos participantes classificaram seu estado emocional como "ótimo", enquanto 37,3% disseram um estado "bom". Além disso, 34,3% descreveram seu estado emocional como "regular", 2,9% como "ruim" e 1% como "péssimo". Essas respostas destacam a importância de considerar o bem-estar emocional dos participantes, uma vez que podem influenciar diversos aspectos de suas vidas pessoais e profissionais. Portanto, compreender essas percepções emocionais é crucial para a análise e tomada de decisões no contexto do trabalho.

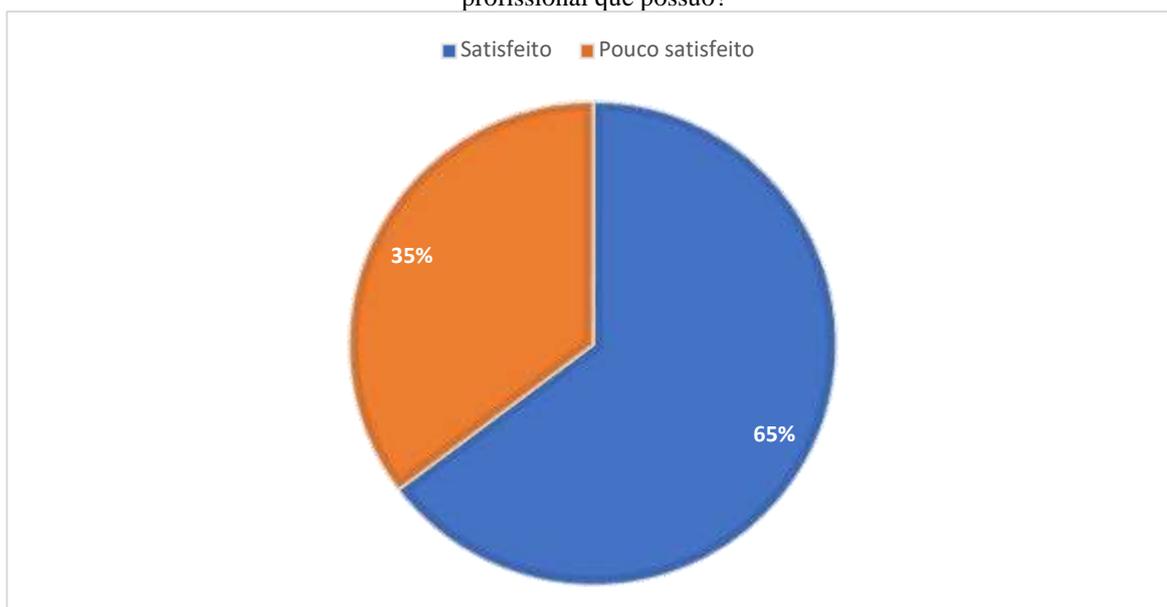
Gráfico 09 – Reconheço que tenho tendência a atuar como uma pessoa:



Fonte: Dados da pesquisa

Domingues (2009) menciona a adaptação de uma escala de inteligência emocional por Vilela (2006) para enfermeiros, originada de uma escala criada para professores por Veiga Branco (2004). O estudo destaca a utilização da segunda parte dessa escala, que avalia as percepções pessoais dos sujeitos sobre suas habilidades de inteligência emocional. Domingues compara os resultados do seu estudo com estudos anteriores de Vilela (2006) e Forte (2009), observando que seus valores de consistência interna são ligeiramente inferiores. Em relação à pesquisa atual, a pergunta avalia as disposições e atitudes dos participantes. A maioria deles se descreveram como tendo uma tendência positiva e otimista (41 participantes), enquanto outros se identificaram como flexíveis (36 participantes), racionais em relação aos sentimentos (15 participantes) ou mencionaram mudanças de humor (10 participantes) e nenhum participante afirmou ter azar na vida. A conexão entre os resultados da pesquisa atual e a citação de Domingues está sobre a compreensão das percepções e atitudes dos participantes em relação à inteligência emocional e como essas disposições podem variar entre profissionais de diferentes campos, como enfermagem e medicina. As respostas refletem uma variedade de disposições e atitudes, sendo relevante para a compreensão de como as características de inteligência emocional se relacionam com as atitudes e perspectivas dos indivíduos em suas áreas de atuação.

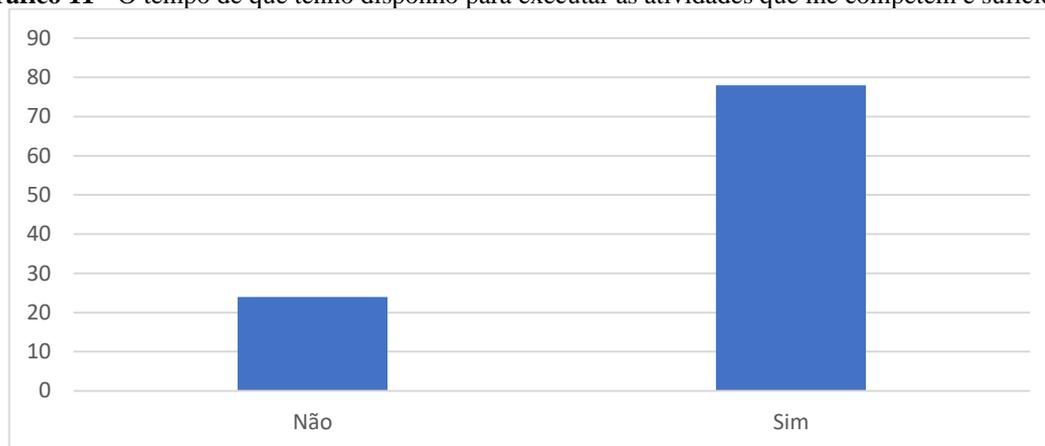
Gráfico 10 – Estou satisfeito (a) com o salário e condições de trabalho que aufero, relativamente à categoria profissional que possuo?



Fonte: Dados da pesquisa

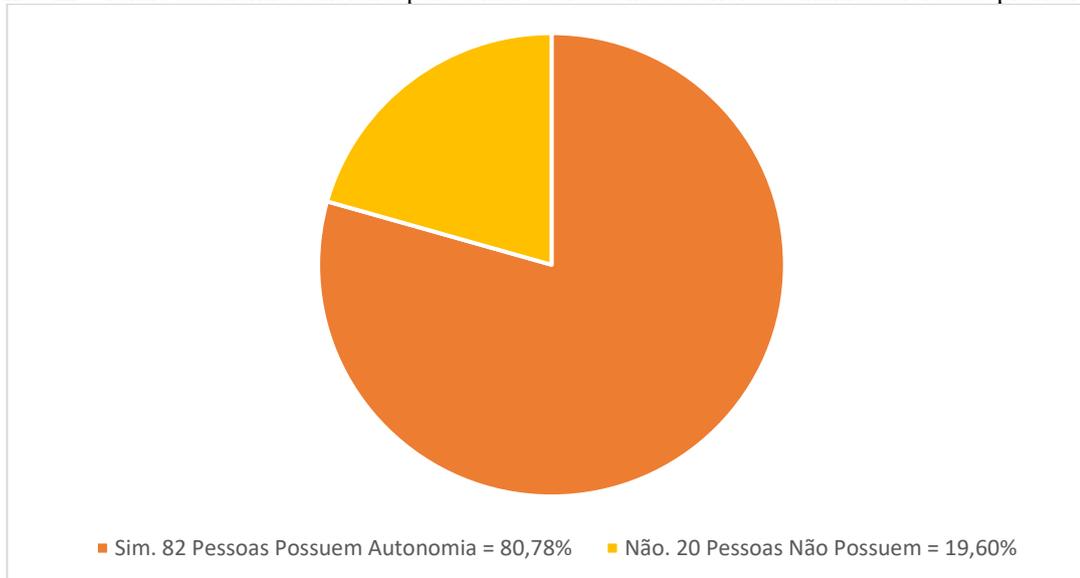
Na pesquisa atual, a maioria dos participantes (64,7% ou 66 respostas) expressou satisfação, enquanto uma parcela menor (35,3% ou 36 respostas) demonstrou insatisfação em relação a algum aspecto da pesquisa. Esses dados são valiosos para entender as percepções e opiniões dos participantes, fornecendo insights úteis para análises futuras e tomadas de decisão.

Comparando esses resultados com o estudo de DOMINGUES (2009) sobre a satisfação no trabalho, observamos que, as dimensões com médias mais baixas eram a satisfação com o salário e as condições de trabalho. No entanto, uma diferença notável é que a dimensão que apresentava valores mais altos era a satisfação com a organização e direção, enquanto na pesquisa atual, a satisfação com a posição sócio profissional era mais proeminente. Essas diferenças podem ser atribuídas a características específicas de cada profissão, incluindo relações de poder, classificação e percepção da imagem na sociedade, ou que destacam a influência desses fatores na satisfação no trabalho.

Gráfico 11 - O tempo de que tenho disponho para executar as atividades que me competem é suficiente?

Fonte: Dados da pesquisa

Diante dos dados apresentados, trata-se de uma avaliação da satisfação profissional utilizando a "Escala de Satisfação Profissional Multidimensional", derivada da escala de Stamps (1978). A autora Domingues (2009) adaptou esta escala, composta por 30 afirmações que abordam a satisfação com as atividades profissionais. Na pesquisa atual, a maioria dos participantes (76,5% ou 78 pessoas) respondeu de maneira afirmativa, deixando que determine o tempo disponível suficiente para cumprir suas tarefas profissionais. No entanto, 23,5% dos participantes (24 pessoas) responderam níveis, o que significa enfrentar desafios relacionados à gestão do tempo em suas atividades. Comparando, esses resultados pode-se notar que a percepção da adequação do tempo para realizar as atividades profissionais varia entre os participantes. A pesquisa de Domingues, que também se concentrou na satisfação profissional, pode fornecer insights adicionais sobre as implicações dessas percepções no contexto da satisfação e do bem-estar no trabalho. É possível que a percepção do tempo adequado possa estar relacionada à satisfação no trabalho, e as conclusões de Domingues (2009) podem ajudar a contextualizar esses resultados na pesquisa atual.

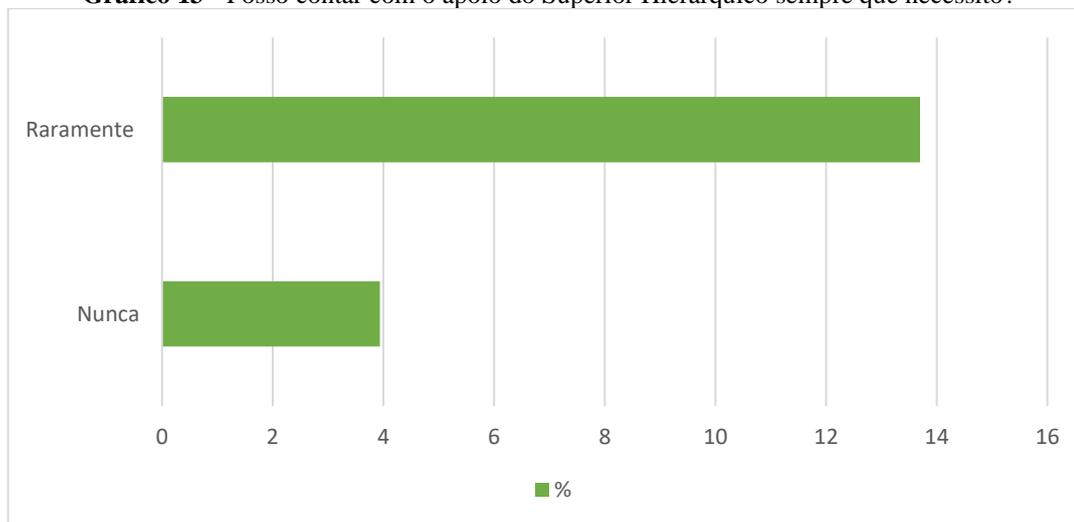
Gráfico 12 - Tenho autonomia suficiente para tomar decisões no decorrer das minhas atividades profissionais?

Fonte: Dados da pesquisa

Na pesquisa atual, a maioria dos participantes (80,78%) relatou ter autonomia suficiente para tomar decisões em suas atividades profissionais. No entanto, 19,60% dos participantes disseram não ter essa autonomia. Isso destaca a importância da percepção de autonomia no trabalho para a satisfação profissional. A pesquisa de Domingues (2009) se baseou em aspectos

semelhantes, e a comparação dos resultados mostra como a percepção de autonomia pode afetar a satisfação e o bem-estar no trabalho.

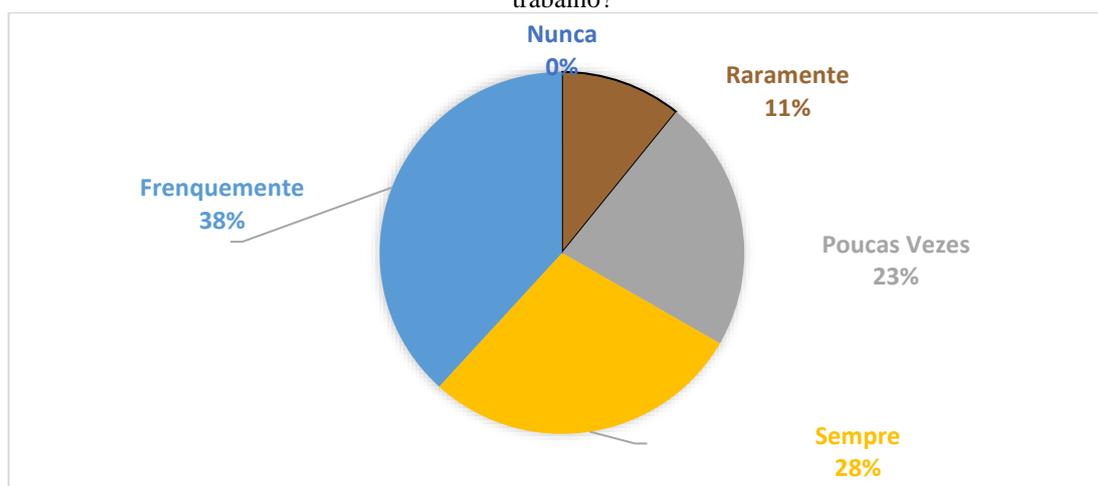
Gráfico 13 - Posso contar com o apoio do Superior Hierárquico sempre que necessito?



Fonte: Dados da pesquisa

Os dados mostram que, quando questionados se podem contar com o apoio de seu superior hierárquico, a maioria expressiva dos participantes, cerca de 88,10%, respondeu afirmativamente, indicando que se sentem apoiados por sua liderança sempre que necessário. No entanto, 11,90% dos participantes relataram que não podem contar com o apoio de seu superior hierárquico. Isso está relacionado à "Escala de Satisfação Profissional Multidimensional" utilizada na pesquisa, que se baseou na versão original de Stamps (1978) e avalia a satisfação com o trabalho, incluindo aspectos como apoio hierárquico. A comparação com a pesquisa de Domingues (2009) pode mostrar como a percepção de apoio da liderança se correlaciona com a satisfação no trabalho e o bem-estar dos funcionários. Os resultados destacam a importância da comunicação aberta e do apoio efetivo da liderança para o sucesso e bem-estar dos colaboradores no ambiente de trabalho.

Gráfico 14 - Consigo manter-me de bom humor, mesmo quando algo desagradável acontece comigo no meu trabalho?

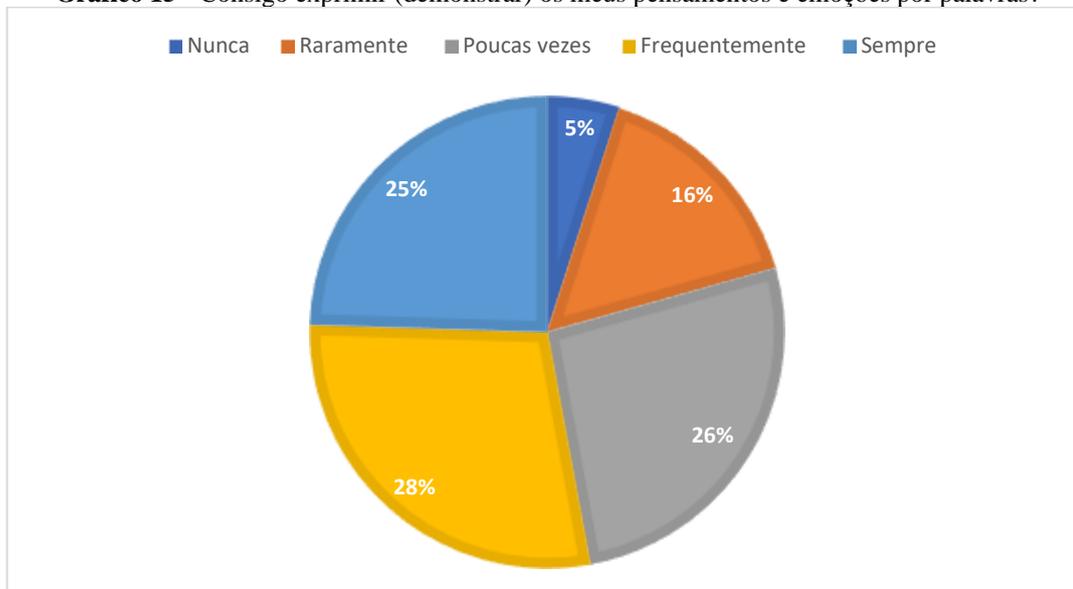


Fonte: Dados da pesquisa

Aproximadamente 28% relataram que sempre conseguem manter um bom humor, demonstrando uma notável capacidade de gestão emocional; Nenhum participante indicou que nunca consegue manter um bom humor em situações desagradáveis; 38% afirmaram frequentemente manter um bom humor, evidenciando uma habilidade considerável na gestão

das emoções; 23% disseram que conseguem fazer isso apenas algumas vezes, indicando que, em algumas situações, podem sentir dificuldade em manter um bom humor; 11% relataram que raramente conseguem manter um bom humor, sugerindo desafios significativos na gestão emocional. Esses resultados destacam a importância da inteligência emocional no ambiente de trabalho e a necessidade de desenvolver habilidades de gestão emocional para lidar com desafios e situações desagradáveis de forma mais eficaz.

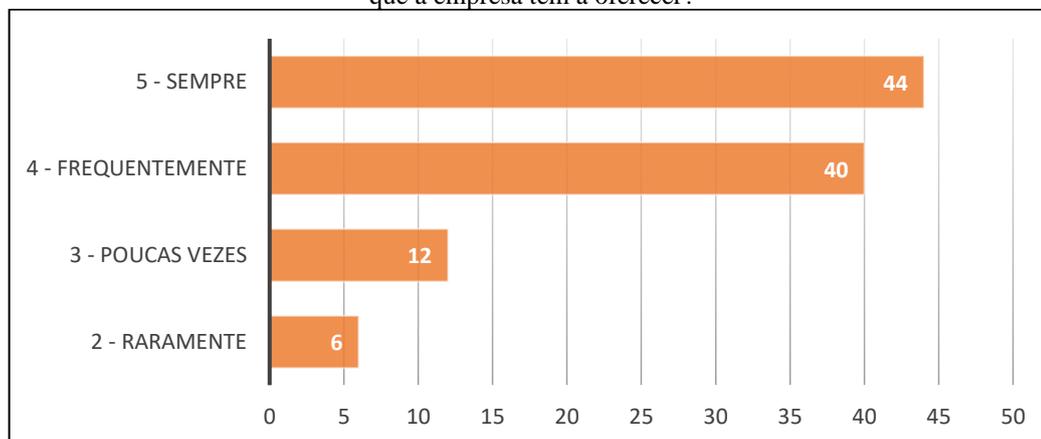
Gráfico 15 - Consigo exprimir (demonstrar) os meus pensamentos e emoções por palavras?



Fonte: Dados da pesquisa

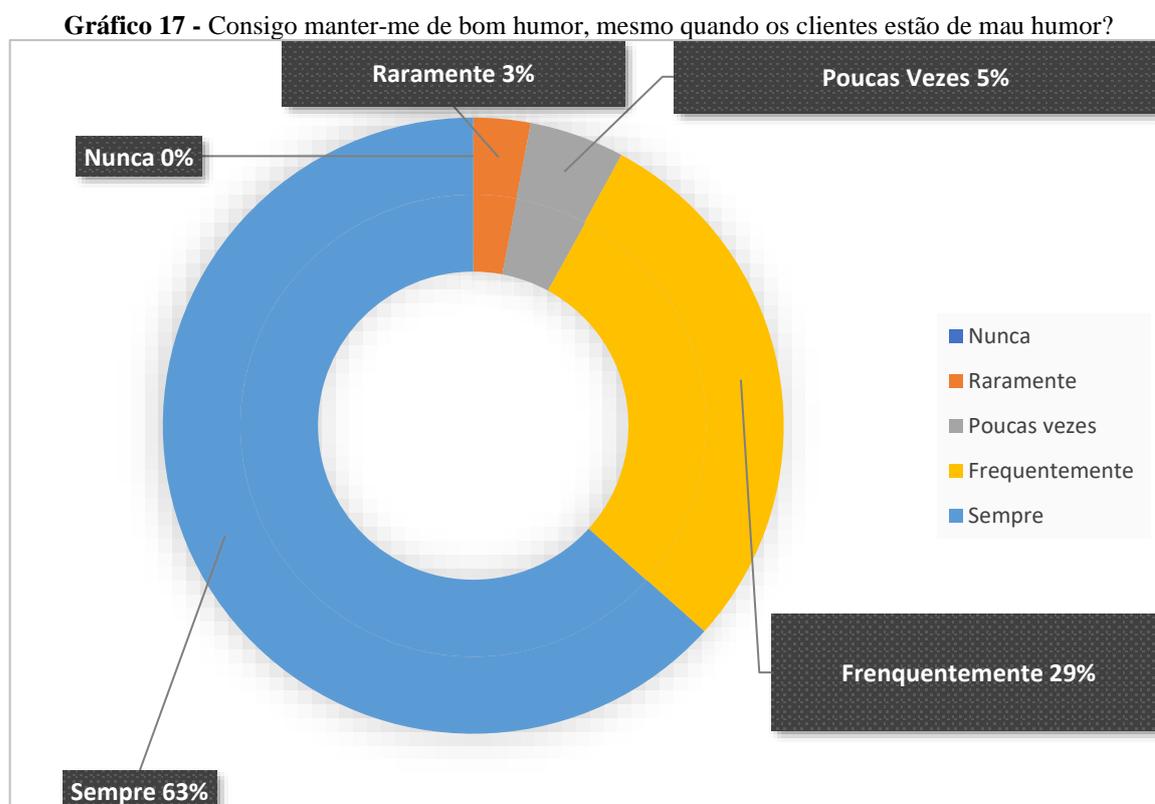
A capacidade de expressar pensamentos e emoções por palavras varia entre os participantes. Com base nas respostas: Aproximadamente 5% afirmaram que sempre conseguem expressar seus pensamentos e emoções por palavras, demonstrando uma comunicação eficaz; 25% relataram que nunca conseguem fazê-lo, indicando desafios na expressão verbal; 28% disseram que frequentemente conseguem expressar seus pensamentos e emoções por palavras, demonstrando habilidades sólidas de comunicação verbal; 26% afirmaram que conseguem fazer isso apenas algumas vezes, sugerindo que a expressão verbal varia em diferentes situações; 16% indicaram que raramente conseguem expressar seus pensamentos e emoções por palavras, mostrando dificuldades na comunicação verbal.

Gráfico 16 - Quando atendo um cliente, percebo logo qual a sua necessidade em adquirir o produto ou serviço que a empresa tem a oferecer?



Fonte: Dados da pesquisa

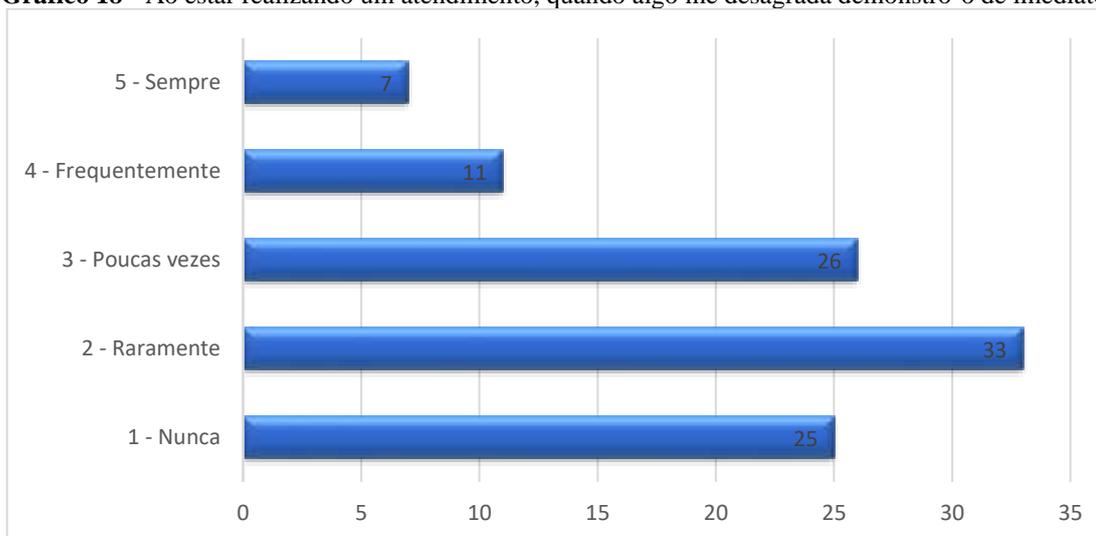
Com base nas respostas dos participantes, observamos uma variação na habilidade de identificar prontamente as necessidades do cliente: Aproximadamente 43,10% das respostas, representando 44 pessoas, afirmaram sempre perceber imediatamente as necessidades dos clientes, demonstrando uma forte competência na compreensão dessas necessidades. Não houve relatos de participantes que nunca perceberam as necessidades dos clientes. Cerca de 39,20% das respostas, equivalentes a 40 pessoas, afirmaram identificar frequentemente as necessidades dos clientes, diminuindo a proficiência consistente na área de atendimento ao cliente. Cerca de 11,80% das respostas, representando 12 pessoas, mencionaram conseguir fazer isso apenas algumas vezes, apontando que os envolvidos podem enfrentar dificuldades na identificação imediata das necessidades do cliente. Aproximadamente 5,90% das respostas, representando 6 pessoas, indicaram raramente conseguir perceber as necessidades dos clientes de imediato, revelando desafios na compreensão.



Fonte: Dados da pesquisa

Aproximadamente 63% dos participantes relataram que sempre conseguem manter um bom humor, destacando uma alta habilidade de gestão emocional; Nenhum participante indicou ver que nunca consegue manter um bom humor nessas situações; 29% afirmaram frequentemente conseguir manter um bom humor, demonstrando uma habilidade notável na gestão de situações desafiadoras com clientes insatisfeitos; 5% disseram que conseguem fazer isso apenas algumas vezes; 3% indicaram que raramente conseguem manter um bom humor nessas situações, mostrando desafios significativos. Esses resultados destacam a importância da inteligência emocional no atendimento ao cliente e a diversidade de abordagens na gestão de emoções em interações com clientes de mau humor. Aqueles que conseguem manter um bom humor consistentemente têm uma vantagem significativa na criação de experiências positivas para os clientes.

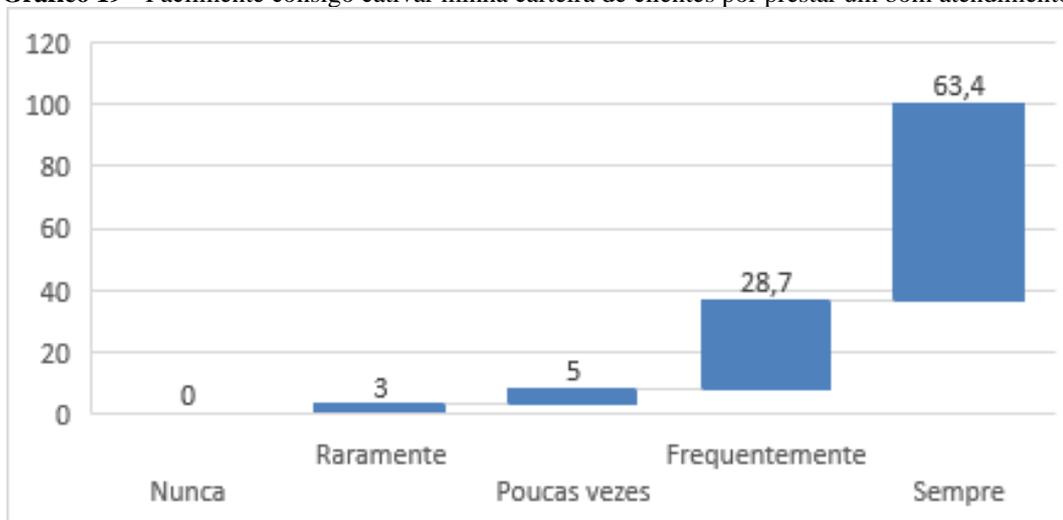
Gráfico 18 - Ao estar realizando um atendimento, quando algo me desagrada demonstro-o de imediato?



Fonte: Dados da pesquisa

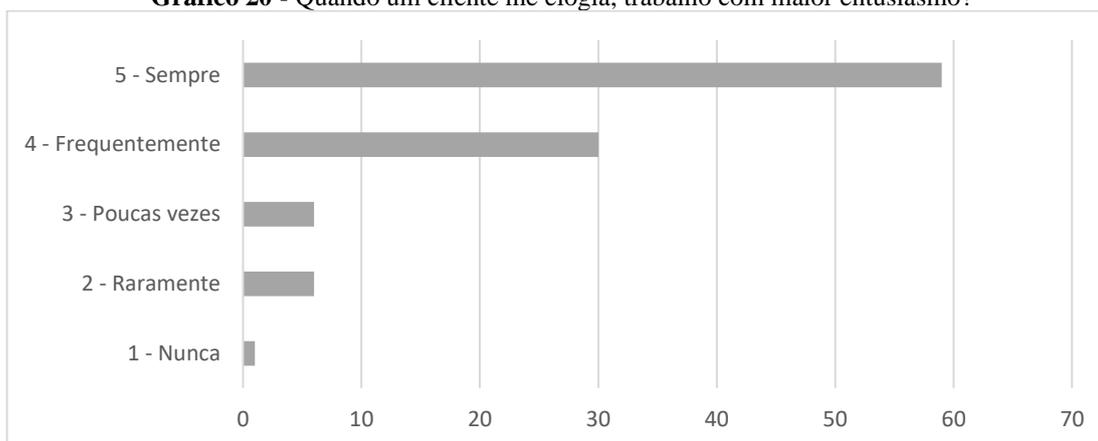
Na realização de atendimentos, a frequência com que as pessoas demonstram desagrado imediatamente varia. Com base nas respostas: 7 pessoas (6,86%) relataram que sempre demonstram desagrado de imediato; 11 pessoas (10,78%) afirmaram que frequentemente o fazem; 26 pessoas (25,49%) disseram que o fazem apenas algumas vezes; 33 pessoas (32,35%) relataram que raramente demonstram desagrado de imediato; 25 pessoas (24,51%) indicaram que nunca demonstram desagrado imediatamente. Esses resultados destacam a diversidade de abordagens na gestão de emoções e na expressão de desagrado durante o atendimento, com alguns participantes expressando insatisfação mais prontamente do que outros.

Gráfico 19 - Facilmente consigo cativar minha carteira de clientes por prestar um bom atendimento?



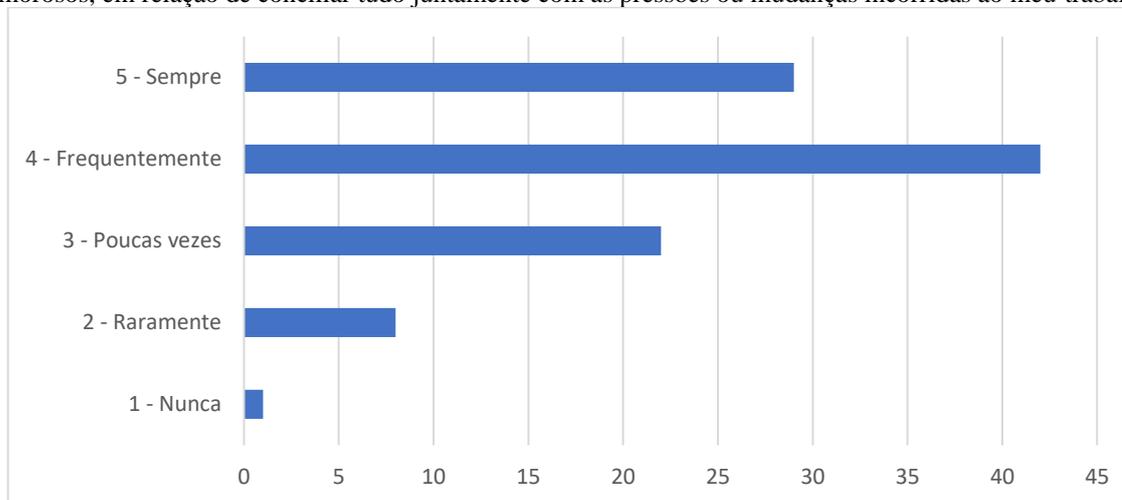
Fonte: Dados da pesquisa

A habilidade de cativar a carteira de clientes por meio de um bom atendimento varia entre os participantes. Com base nas respostas: 3% dos participantes indicaram que nunca conseguem cativar seus clientes com um bom atendimento; 5% afirmaram que raramente conseguem fazê-lo, sugerindo desafios consistentes na prestação de serviços de qualidade; 28,7% relataram que conseguem cativar seus clientes apenas algumas vezes, indicando que, ocasionalmente, têm sucesso em proporcionar um bom atendimento que cativa; 63,5% afirmaram que frequentemente conseguem cativar sua carteira de clientes por meio de um bom atendimento, demonstrando uma habilidade considerável na prestação de serviços de alta qualidade.

Gráfico 20 - Quando um cliente me elogia, trabalho com maior entusiasmo?

Fonte: Dados da pesquisa

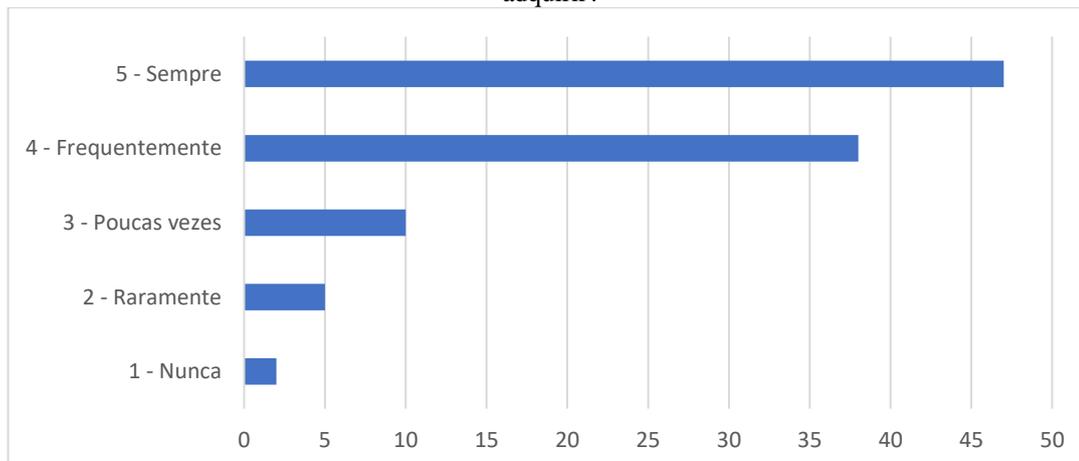
Dos participantes, a maioria expressa que o elogio tem um impacto positivo em seu entusiasmo e motivação no trabalho. Especificamente: 57,8% concordam que sempre trabalham com mais entusiasmo quando recebem elogios; 29,4% afirmam frequentemente experimentar um aumento de entusiasmo após receberem elogios; 5,9% indicam que isso ocorre poucas vezes; 5,9% relatam que raramente ocorre; 1% afirma que nunca experimentam maior entusiasmo após receber elogios. Esses resultados destacam a influência positiva do reconhecimento e feedback positivo dos clientes no nível de entusiasmo e motivação dos participantes em relação ao trabalho.

Gráfico 21 - Consigo facilmente lidar com as emoções que sinto entre sentimentos pessoais / familiares / amorosos, em relação de conciliar tudo juntamente com as pressões ou mudanças incorridas ao meu trabalho?

Fonte: Dados da pesquisa

A habilidade de gerenciar eficazmente as emoções entre sentimentos pessoais, familiares e amorosos, enquanto concilia as pressões e mudanças no trabalho, varia entre os participantes. Com base nas respostas de 102 participantes: 1% dos participantes afirmou que nunca conseguem lidar com essas emoções, 7,8% relataram que raramente conseguem fazê-lo, indicando desafios em equilibrar essas áreas da vida; 21,6% disseram que conseguem lidar com essas emoções apenas algumas vezes, sugerindo que podem enfrentar dificuldades em certas situações; 41,2% afirmaram que frequentemente conseguem conciliar essas esferas emocionais com as demandas do trabalho; 28,4% relataram que sempre conseguem gerenciar essas emoções com sucesso, demonstrando uma habilidade notável na gestão de diferentes aspectos da vida.

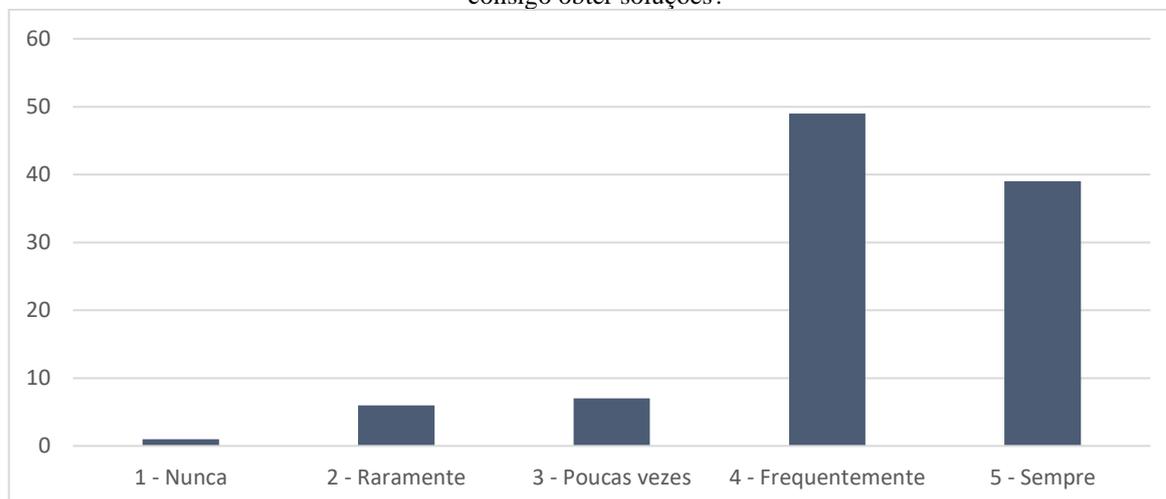
Gráfico 22 - Exprimos facilmente os benefícios que o serviço/produto trará para o consumidor caso venha o adquirir?



Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos participantes demonstra habilidades de comunicação eficaz em relação aos benefícios de seus serviços/produtos para os consumidores. Especificamente: 46,5% afirmam sempre poder expressar facilmente os benefícios que o serviço/produto trará para o consumidor, indicando uma forte competência na comunicação de valor; 36,6% relatam que frequentemente conseguem fazê-lo, demonstrando uma habilidade considerável em transmitir os benefícios de suas ofertas; 9,9% disseram que conseguem fazer isso apenas algumas vezes, sugerindo que podem enfrentar desafios ocasionais na comunicação de valor. ; 5% indicaram que raramente conseguem expressar esses benefícios; 2% afirmaram que nunca conseguem fazê-lo.

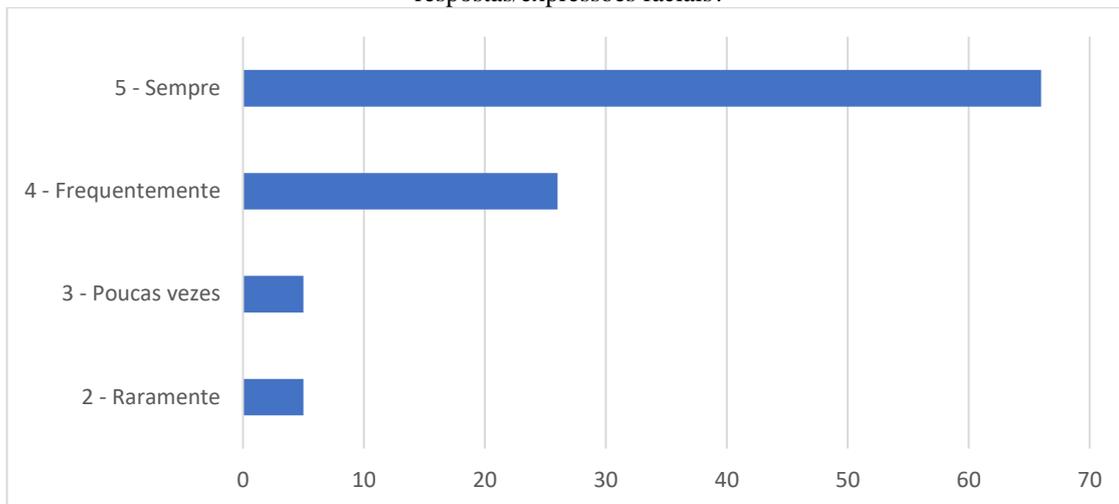
Gráfico 23 - Quando estou de bom humor/disposto (a), todos os problemas que surgem no decorrer do trabalho consigo obter soluções?



Fonte: Dados da pesquisa

Quando os participantes estão de bom humor e dispostos, a capacidade de encontrar soluções para os problemas que surgem no decorrer do trabalho varia: 38,2% relataram que sempre conseguem encontrar soluções, destacando uma habilidade notável na resolução de problemas em um estado de bom humor e disposição; 48% afirmaram frequentemente encontrar soluções, o que demonstra uma alta competência na abordagem de desafios durante esses estados emocionais positivos; 6,9% disseram que conseguem fazer isso apenas algumas vezes, sugerindo que ocasionalmente enfrentam dificuldades na resolução de problemas nesses momentos; 5,9% indicaram que raramente conseguem encontrar soluções quando estão de bom humor e dispostos; 1% afirmou que nunca consegue obter soluções nessas condições.

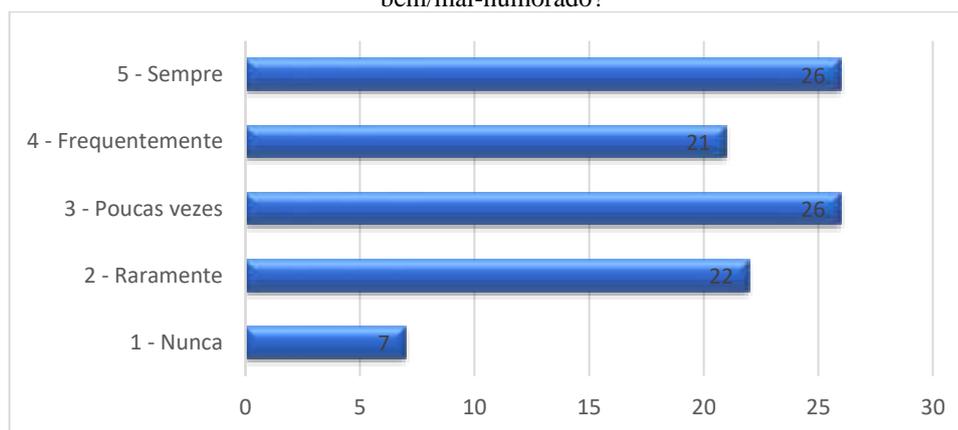
Gráfico 24 - Quando estou com meus clientes, tenho cuidado com a forma como me comporto a partir das respostas/expressões faciais?



Fonte: Dados da pesquisa

Na pesquisa atual, os participantes demonstraram um alto nível de atenção às necessidades e reações dos clientes, a maioria com 64,7% relatando que sempre têm cuidado com seu comportamento com base nas respostas e expressões faciais dos clientes. Complementando esses resultados, podemos atribuir também contribuições com as obras de Cabra (2011) e Lima (2019) sobre inteligência emocional e seu impacto no contexto organizacional, a pesquisa atual traz dados quantitativos que corroboram essas ideias. Além disso, os participantes expressaram satisfação com sua tensão e condições de trabalho, o que também está alinhado com a ênfase de Cabral e Lima na relação entre inteligência emocional, bem-estar no trabalho e satisfação profissional. Esses dados sugerem que a atenção às emoções e reações dos clientes está relacionada a uma comunicação eficaz e à satisfação no trabalho, apoiando as teorias de Cabral e Lima sobre a importância da inteligência emocional no ambiente organizacional.

Gráfico 25 - O meu comportamento reflete os meus sentimentos mais profundos em relação de estar feliz/triste bem/mal-humorado?

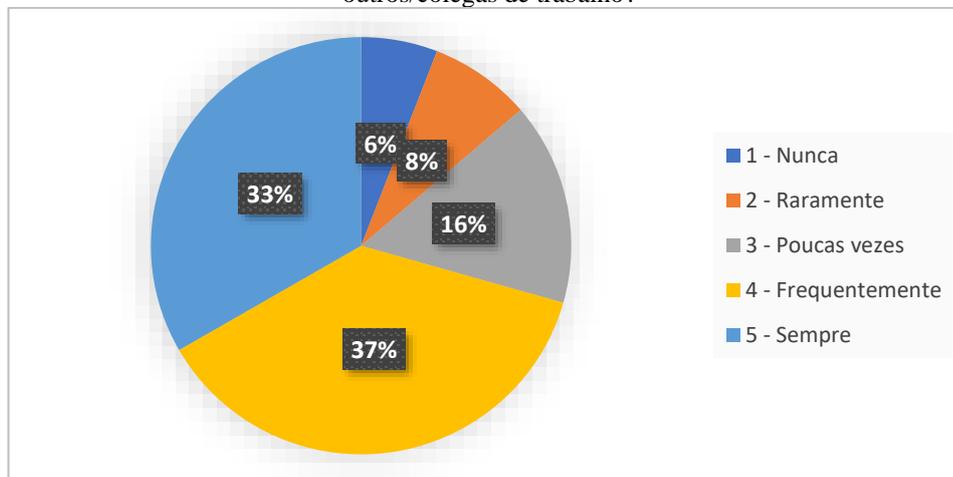


Fonte: Dados da pesquisa

A relação entre o comportamento e os sentimentos profundos varia entre os participantes: 6,9% indicaram que nunca o fazem; 21,8% relataram que raramente seu comportamento reflete seus sentimentos mais profundos; 25,7% disseram que fazem isso apenas algumas vezes, indicando que, em algumas situações; 19,8% afirmaram que frequentemente seu comportamento reflete seus sentimentos profundos, mostrando uma relação mais consistente entre comportamento e sentimentos; Outros 25,7% afirmaram que sempre

refletem seus sentimentos mais profundos em seu comportamento, sugerindo uma forte conexão entre o que sentem e como se comportam.

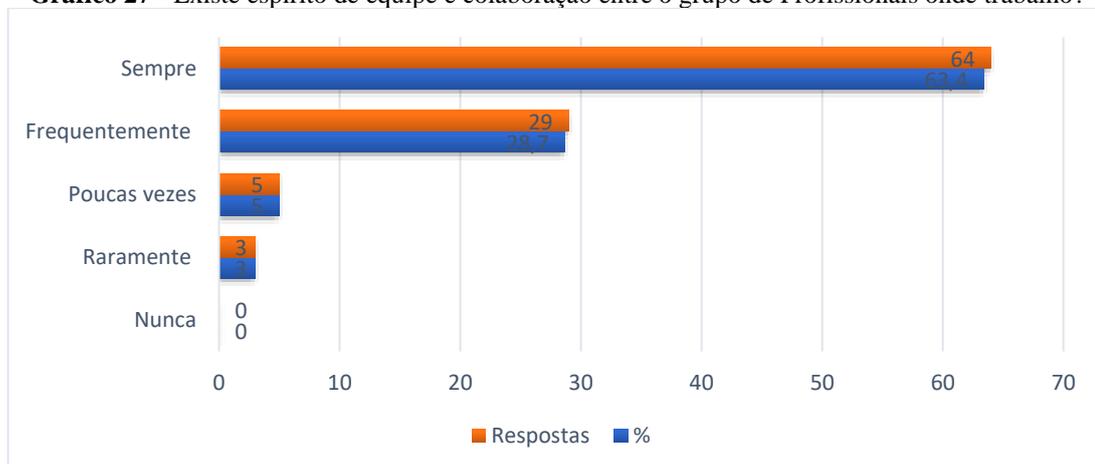
Gráfico 26 - Consigo lidar com a falta de empatia / gentileza / inveja / grosseria, advindas ou disfarçada nos outros/colegas de trabalho?



Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados mostram que a maioria dos participantes lida com essas situações: 37% afirmaram que frequentemente conseguem lidar com essas situações; 16% disseram que fazem isso apenas algumas vezes; 8% indicaram que raramente conseguem lidar com essas situações, mostrando que enfrentam desafios significativos em relação a colegas com comportamentos desafiadores; 6% afirmaram que nunca conseguem lidar com essas situações, indicando uma dificuldade considerável em enfrentar comportamentos negativos; 33% indicaram que nunca se deparam com essas situações, o que pode refletir em um ambiente de trabalho mais harmonioso.

Gráfico 27 - Existe espírito de equipe e colaboração entre o grupo de Profissionais onde trabalho?

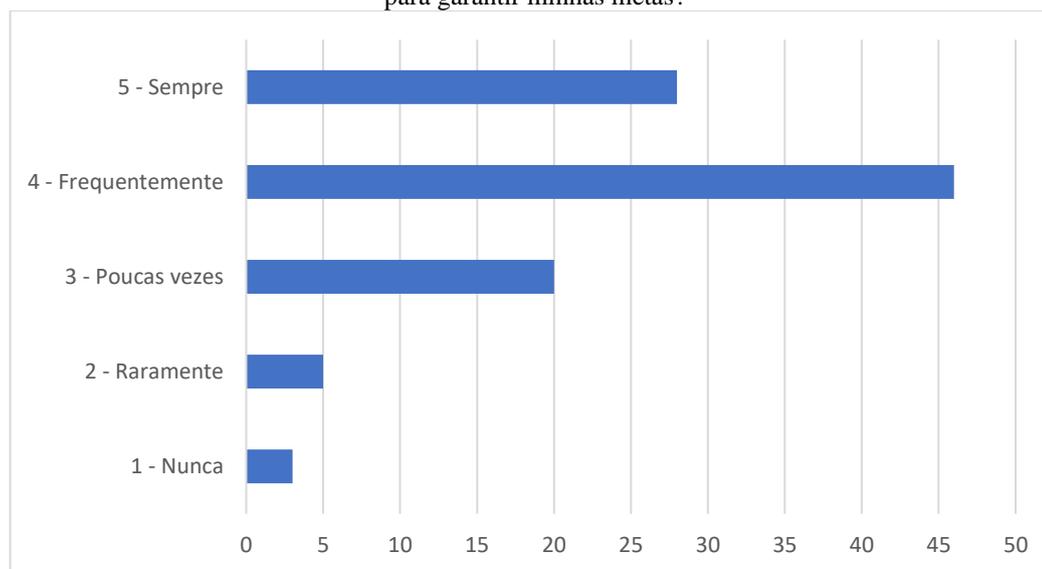


Fonte: Dados da pesquisa

Na pesquisa realizada por Domingues (2009), que também pode ser utilizada como suporte para discutir a dimensão da inteligência emocional em suas várias facetas, não foram encontradas diferenças significativas entre os grupos, embora tenha sido observado que as médias gerais das dimensões empatia e gestão de relacionamentos em grupos foram mais elevados no grupo de médicos da Clínica Geral. No entanto, na pesquisa atual, os resultados apontam para um ambiente de trabalho altamente colaborativo. Cerca de 63,4% dos participantes afirmaram que sempre existe um espírito de equipe e colaboração no grupo, enquanto 28,7% afirmaram que frequentemente experimentam essa colaboração. Esses números destacam um ambiente de trabalho notavelmente cooperativo nesta pesquisa. Ao compararmos essas duas pesquisas, podemos observar uma diferença significativa em relação

à colaboração e ao espírito de equipe. Enquanto Domingues (2009) se concentra na inteligência emocional e suas dimensões, ressaltando algumas diferenças entre grupos, a pesquisa atual direciona o foco diretamente para a presença de um ambiente de trabalho colaborativo. As respostas dos participantes da pesquisa atual indicam uma atmosfera de trabalho positiva e cooperativa, com uma maioria expressando a presença constante de espírito de equipe e colaboração. Essa dinâmica pode desempenhar um papel crucial na satisfação no trabalho e no desempenho da equipe.

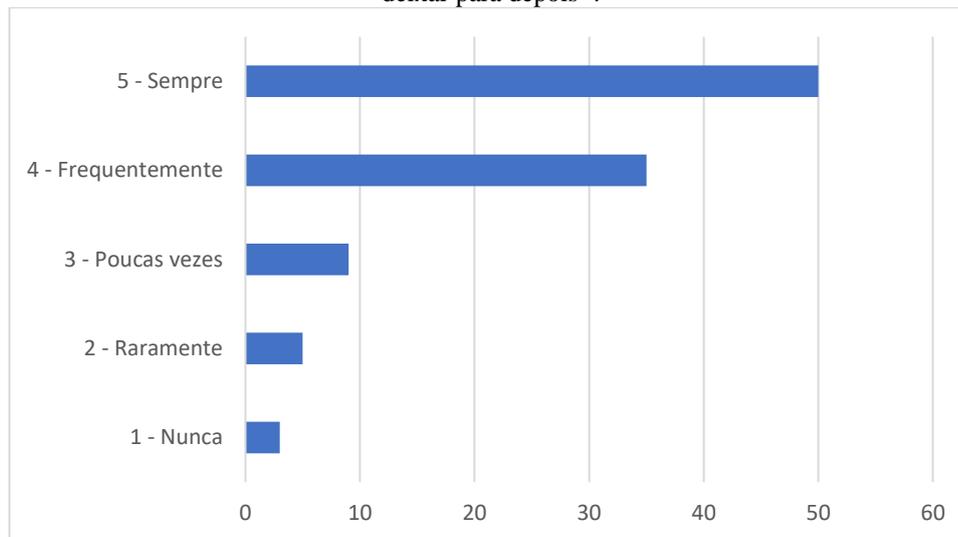
Gráfico 28 - Consigo facilmente persuadir um cliente que há razões positivas de benefícios que a compra trará para garantir minhas metas?



Fonte: Dados da pesquisa

A pesquisa atual revela que os participantes têm um alto nível de habilidade na persuasão dos clientes sobre os benefícios da compra, com 27,7% sempre conseguindo persuadir e 44,6% frequentemente conseguindo fazê-lo. Isso destaca uma competência sólida em comunicar o valor de produtos ou serviços. A questão em si é uma readaptação da obra de Valente e Lourenço (2020), mas além disso, também traz foco na atenção às necessidades e reações dos clientes, como evidenciado na pesquisa atual, que correlaciona com a capacidade de comunicação eficaz, um componente da inteligência emocional, conforme destaca os autores por Cabral (2011) e Lima (2019). Outro ponto de convergência é que os participantes expressaram satisfação com sua carga de trabalho e condições em 64,7% dos casos, o que está em linha com a ênfase de Cabral e Lima na relação entre inteligência emocional, bem-estar no trabalho e satisfação profissional. Isso sugere que o foco nas emoções e reações dos clientes está relacionado a uma comunicação eficaz e à satisfação no trabalho, apoiando as teorias de Cabral e Lima sobre a importância da inteligência emocional no ambiente organizacional. No entanto, uma diferença notável é que, na primeira parte da pesquisa atual, o foco está na persuasão dos clientes, enquanto Cabral e Lima enfatizam a inteligência emocional em termos de comunicação eficaz, relacionamentos interpessoais e satisfação no trabalho de forma mais abrangente. Portanto, a pesquisa atual destaca a capacidade de persuasão especificamente em relação a produtos ou serviços, enquanto as teorias de Cabral e Lima abordam a inteligência emocional de maneira mais holística no ambiente de trabalho. Ambos os conjuntos de dados enfatizam a importância da comunicação eficaz e a satisfação no trabalho, mas abordam a inteligência emocional de maneira diferente e com diferentes focos.

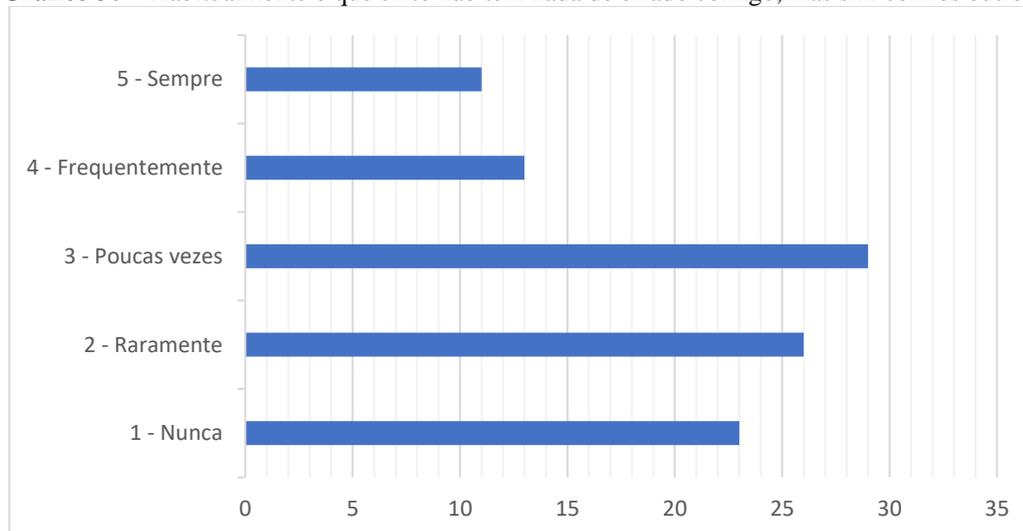
Gráfico 29 – Cumpro os meus deveres e obrigações com prontidão, em vez de procrastinar ou fazer o “Famoso deixar para depois”?



Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao cumprimento de deveres e obrigações, 49% afirmaram que sempre cumprem com prontidão, refletindo uma forte ética de trabalho. 34,3% relataram que frequentemente cumprem, o que indica um alto grau de responsabilidade no cumprimento de tarefas; 8,8% disseram que cumprem com prontidão apenas algumas vezes; 4,9% indicaram que raramente cumprem com prontidão e 2,9% ocasionalmente procrastinam.

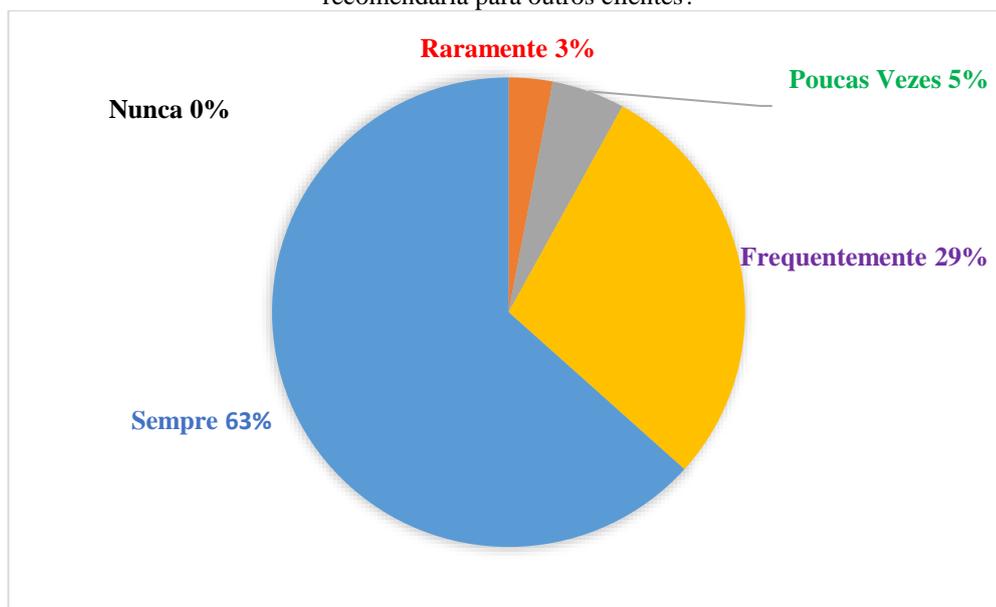
Gráfico 30 – Habitualmente o que sinto não tem nada de errado comigo, mas sim com os outros?



Fonte: Dados da pesquisa

As respostas sugerem que a maioria dos participantes reconhece que seus sentimentos habitualmente não têm nada de errado com eles, mas sim podem ser influenciados por outros: 23% indicaram que nunca sentem que seus sentimentos estão relacionados a problemas com os outros, o que sugere que raramente atribuem seus sentimentos a causas externas. 26% relataram que raramente têm essa percepção, mostrando que ocasionalmente consideram que seus sentimentos podem ser influenciados por outros. 29% disseram que isso acontece apenas algumas vezes, sugerindo que, em algumas situações, podem atribuir seus sentimentos a fatores externos. 12% afirmaram que frequentemente sentem que seus sentimentos estão relacionados a problemas com os outros, indicando que, com frequência, atribuem seus sentimentos a causas externas. 10% relataram que sempre sentem que seus sentimentos estão relacionados a problemas com os outros, mostrando uma tendência consistente de atribuir seus sentimentos.

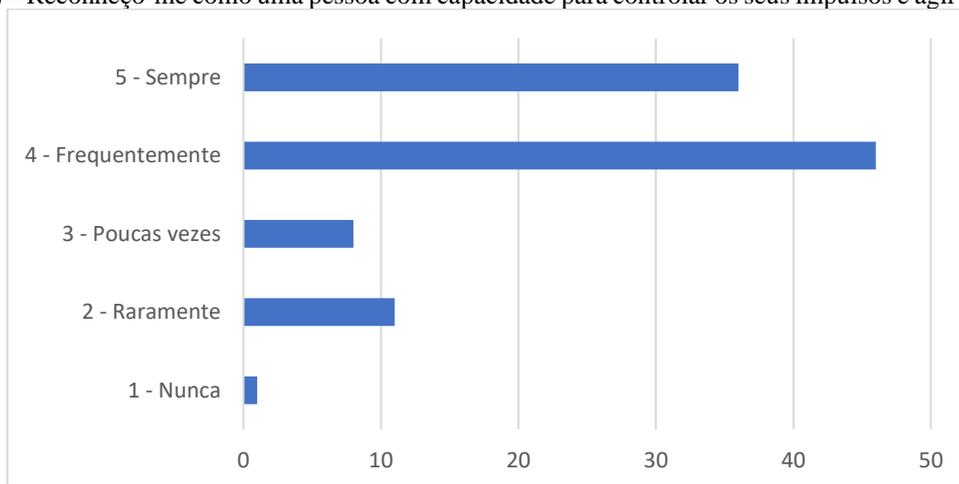
Gráfico 31 – Diante dos meus comportamentos como funcionário ou dono do negócio me indicaria ou recomendaria para outros clientes?



Fonte: Dados da pesquisa

As respostas indicam que a maioria dos participantes se sentiria à vontade recomendando a si mesmos como funcionários ou proprietários de negócios a outros clientes: 63,4% afirmaram que sempre se indicariam ou recomendariam a outros clientes, o que reflete uma forte confiança em suas próprias habilidades e desempenho no trabalho. 28,7% disseram que frequentemente o fariam, indicando uma alta probabilidade de recomendação. 5% relataram que o fazem apenas algumas vezes, sugerindo que ocasionalmente consideram a possibilidade de recomendação. 3% indicaram que raramente se recomendariam a outros clientes. Nenhum participante indicou que nunca se indicaria ou recomendaria.

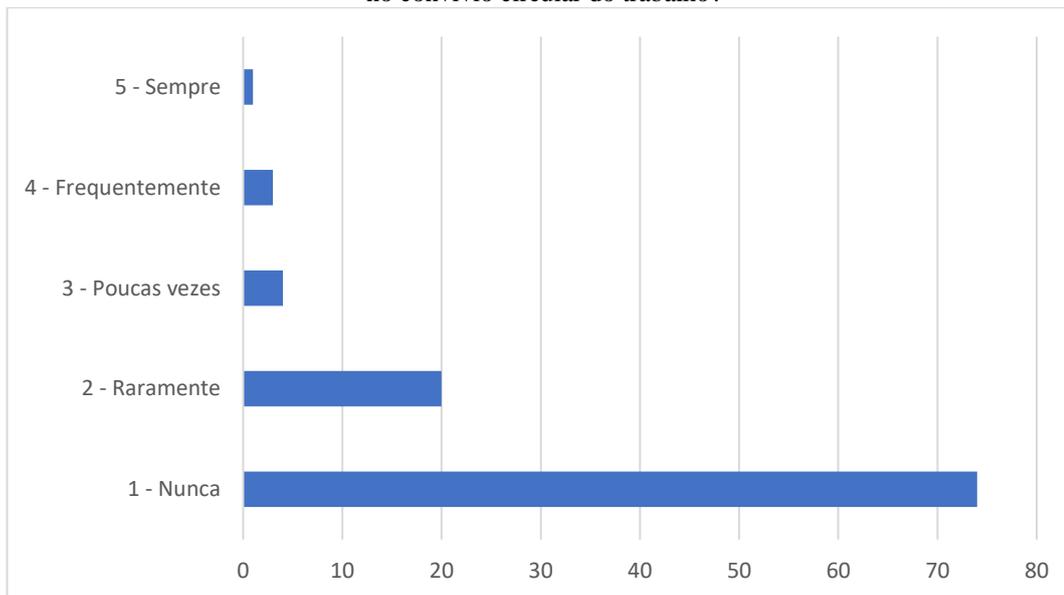
Gráfico 32 – Reconheço-me como uma pessoa com capacidade para controlar os seus impulsos e agir após pensar?



Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos participantes confirma sua capacidade de controlar impulsos e agir após pensar: 45,1% afirmaram que frequentemente se veem capazes de controlar impulsos e agir após pensar, destacando uma alta auto avaliação de seu autocontrole. 35,3% afirmaram que sempre se veem assim, refletindo uma forte confiança em sua capacidade de tomar decisões ponderadas. 10,8% relataram que se veem dessa forma, indicando que ocasionalmente podem lutar com o controle de impulsos. 7,8% indicaram que se veem dessa maneira apenas algumas vezes. 1% afirmou que nunca se regulará como capaz de controlar impulsos e agir após pensar.

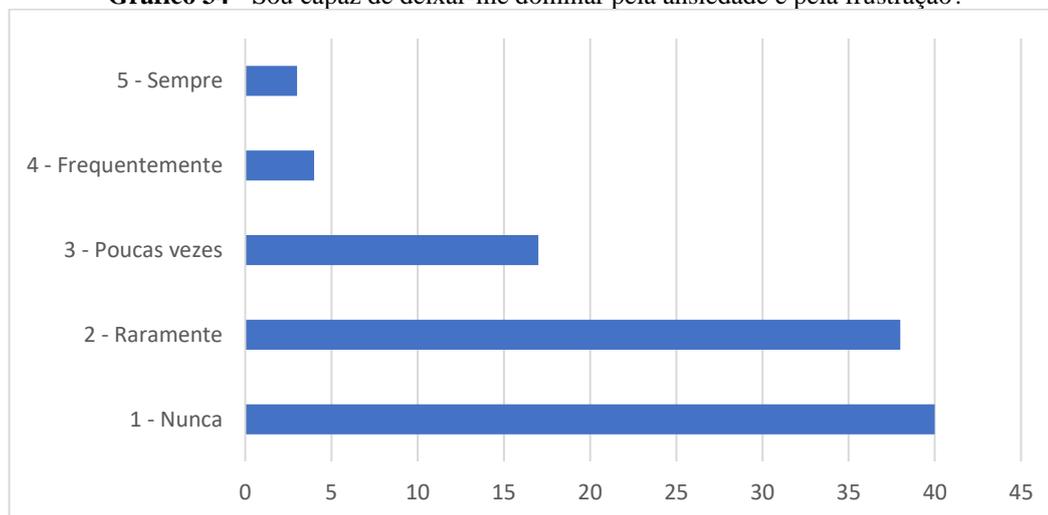
Gráfico 33 - Sou uma pessoa negativa, pessimista, que penso e faço com que nada de certo criando problemas no convívio circular do trabalho?



Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados refletem que a grande maioria dos participantes não se percebe como pessoas negativas/pessimistas: 72,5% indicaram que nunca se veem dessa forma. 19,6% relataram que raramente se percebem assim. 3,9% disseram que se veem assim apenas algumas vezes, o que indica que, em situações específicas, podem ter tendências negativas. 2,9% afirmaram que frequentemente se veem dessa forma, mostrando que, com frequência, têm uma perspectiva negativa. 1% indicou que sempre se percebe como negativo, pessimista ou criador de problemas no trabalho, o que representa uma porcentagem muito baixa.

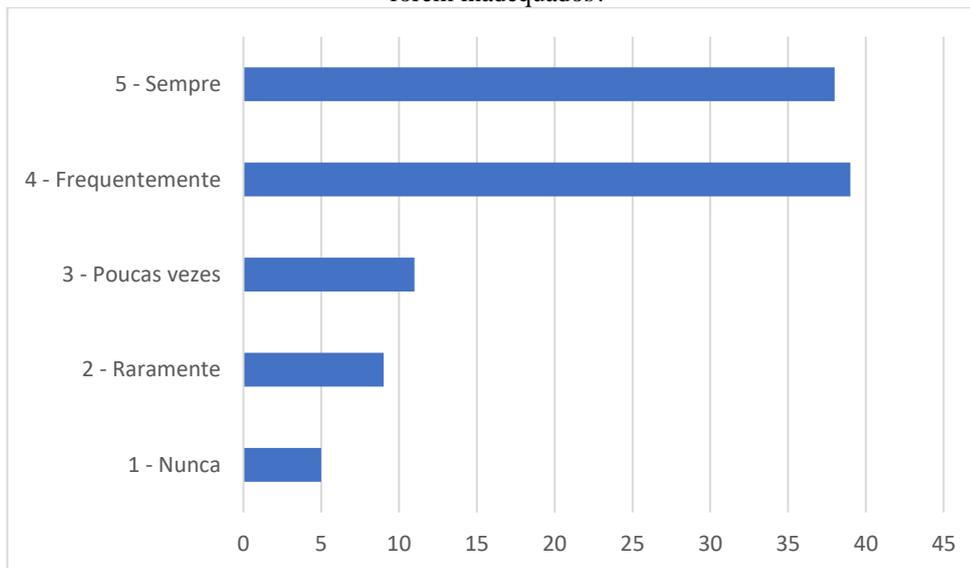
Gráfico 34 - Sou capaz de deixar-me dominar pela ansiedade e pela frustração?



Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos participantes parece ter uma boa capacidade de lidar com a ansiedade e a frustração: 39,2% indicaram que nunca se deixam dominar pela ansiedade e frustração, demonstrando uma habilidade consistente de gerenciamento emocional. 37,3% relataram que raramente se deixam dominar, sugerindo que ocasionalmente podem experimentar essas emoções, mas não com frequência. 16,7% disseram que o fazem apenas algumas vezes, o que indica que, em algumas situações, podem sentir-se dominados pela ansiedade e frustração. 3,9% afirmaram que frequentemente se deixam dominar por essas emoções. 2,9% indicaram que sempre se deixam dominar pela ansiedade e frustração, o que representa uma minoria.

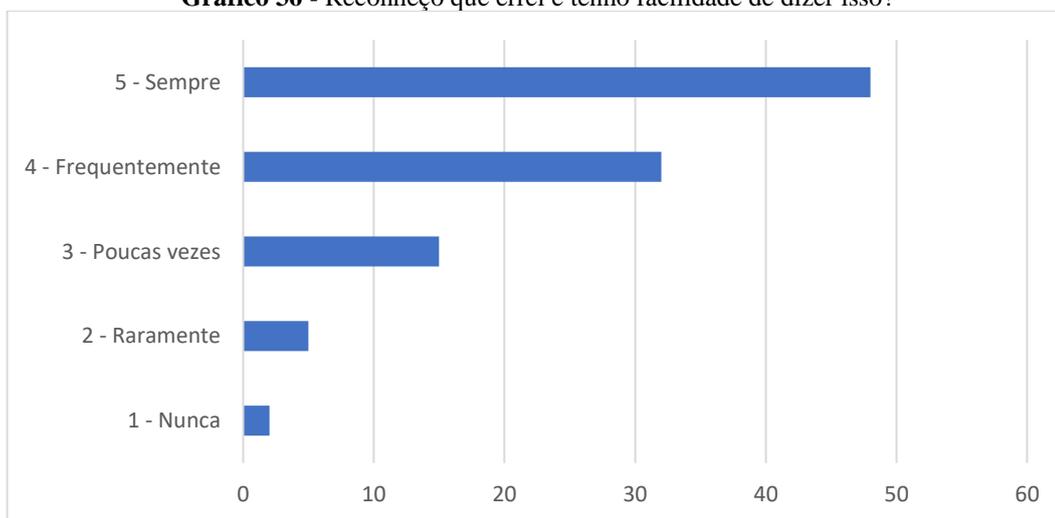
Gráfico 35 - Sou suficientemente flexível para mudar os meus objetivos (pessoais e profissionais), se estes forem inadequados?



Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados mostram uma variação nas respostas em relação à flexibilidade para mudar os objetivos pessoais e profissionais: 37,6% afirmaram que nunca são suficientemente flexíveis para mudar seus objetivos, indicando uma inflexibilidade consistente em relação a suas metas. 8,9% relataram que raramente são flexíveis, sugerindo que ocasionalmente consideram a possibilidade de mudar seus objetivos. 10,9% disseram que são flexíveis apenas algumas vezes, o que indica que, em situações específicas, podem estar dispostos a reconsiderar seus objetivos. 37,6% afirmaram que frequentemente são flexíveis, mostrando uma disposição considerável para adaptar seus objetivos quando necessário. 37,6% indicaram que sempre são flexíveis, destacando uma alta flexibilidade na definição de metas pessoais e profissionais.

Gráfico 36 - Reconheço que errei e tenho facilidade de dizer isso?

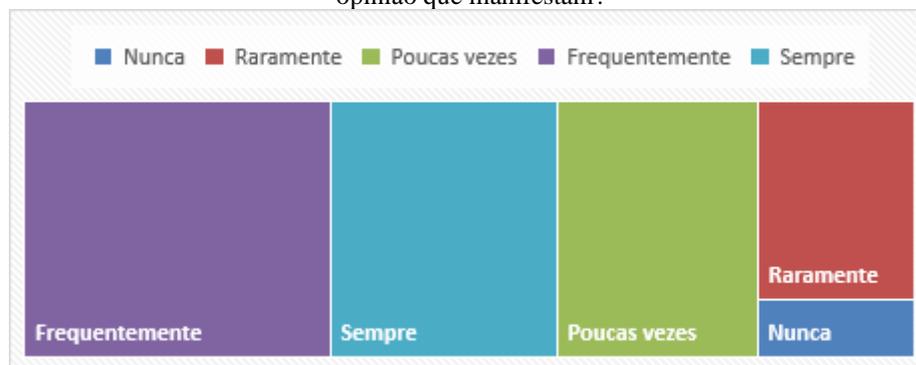


Fonte: Dados da pesquisa

A avaliação das respostas mostra que a maioria dos participantes reconhece seus erros e tem facilidade em admiti-los: 46,5% dos participantes responderam que sempre reconhecem e têm facilidade em admitir seus erros, destacando uma alta capacidade de responsabilidade e honestidade. Outros 31,7% relataram que frequentemente reconhecem e admitem seus erros, demonstrando uma disposição considerável para a autorreflexão e a correção. 14,9% disseram que o fazem apenas poucas vezes, sugerindo que, em algumas situações, podem ter dificuldades

em admitir erros. 5% indicaram que raramente reconhecem e admitem seus erros. 2% afirmaram que nunca o fazem.

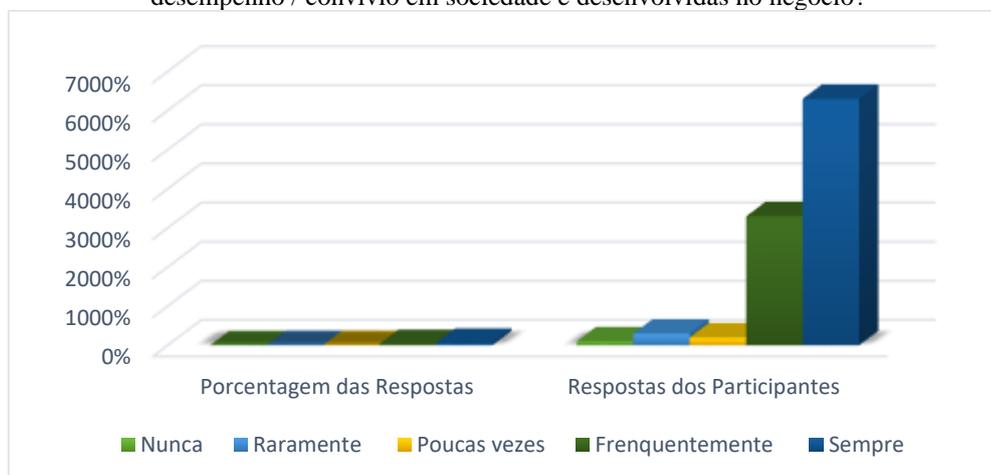
Gráfico 37 - Nas minhas relações com os outros digo sempre claramente o que penso, independentemente da opinião que manifestam?



Fonte: Dados da pesquisa

A avaliação das respostas mostra que a maioria dos participantes expressa claramente o que pensa nas relações com os outros: 34,3 % dos participantes afirmaram que frequentemente dizem claramente o que pensam, destacando uma comunicação direta; Outros 25,5% também disseram que sempre o fazem, indicando uma alta consistência na expressão de suas opiniões; 22,7% relataram que o fazem apenas poucas vezes, sugerindo que, em algumas situações, podem não expressar claramente o que pensam; 13,7% indicaram que raramente dizem claramente o que pensam; 3,9% afirmaram que nunca o fazem.

Gráfico 38 - Diante das perguntas feitas até o presente momento, consigo entender a importância da Inteligência emocional aplicada nos negócios nas questões de bom relacionamento, ferramenta de controle para bom desempenho / convívio em sociedade e desenvolvidas no negócio?



Fonte: Dados da pesquisa

A inteligência emocional é uma competência fundamental em diversos cenários, abrangendo a área médica, o ambiente de trabalho e a educação. Recentemente, uma pesquisa envolvendo 102 participantes em Juína, Mato Grosso, se dedicou a explorar o brilho entre a inteligência emocional e vários fatores, como gerenciamento do tempo, autonomia na tomada de decisões, suporte de superiores hierárquicos e cooperação de equipe. Para enriquecer essa investigação, diversos estudos acadêmicos anteriores foram consultados, especialmente aqueles de autores renomados que serviram como Alicerce sólido para a pesquisa atual, como destacado no Quadro 1.

A presente pesquisa teve como objetivo explorar a ligação entre a inteligência emocional e uma variedade de elementos, apresentando resultados em termos de porcentagens.

Esses achados oferecem percepções relevantes que se alinham diretamente com as análises dos autores proeminentes mencionados anteriormente.

Entre os autores notáveis, destacam-se Rita Santos Domingues, Ângelo Miguel Rodrigues Cabral, Bianca Costa Lima, Rafaella Lacerda Crestani, Israel Ribeiro Alves e Vera Lúcia Moreira e Silva. Suas contribuições passadas desempenharam um papel fundamental na orientação e contextualização desta pesquisa, fornecendo uma base sólida para entender a importância da inteligência emocional em vários contextos, incluindo a prática médica, o ambiente de trabalho, a educação e a gestão de recursos humanos.

No contexto médico, Domingues (2009) destacou a importância da empatia e da comunicação eficaz no relacionamento médico-paciente. Uma pesquisa realizada em Juína validou esses princípios, com 28% dos participantes demonstrando habilidades notáveis em gerenciamento de emoções e comunicação verbal no ambiente de trabalho.

Na área educacional, Crestani (2015) enfatizou a correlação entre a inteligência emocional e o desempenho acadêmico, com foco na motivação. Uma pesquisa recente revelou que 33,3% dos participantes estavam "muito satisfeitos" com seus trabalhos, destacando a relação entre satisfação profissional e motivação. Esses resultados validam as lições de Crestani sobre a importância da motivação e da inteligência emocional, não apenas na educação, mas também no ambiente de trabalho, onde o sucesso profissional frequentemente está relacionado a esses fatores.

Na área de Recursos Humanos, Alves (2021) e Lopes (2017) enfatizaram a aplicação da inteligência emocional na gestão de recursos humanos e na tomada de decisões organizacionais. A pesquisa contemporânea fortaleceu a importância da inteligência emocional no contexto de recursos humanos com dados concretos.

Com base na análise dos dados e nas contribuições dos autores conceituados, é possível concluir que a inteligência emocional é uma competência fundamental que afeta a satisfação no trabalho, o desempenho acadêmico, a comunicação eficaz, a gestão de emoções e as relações interpessoais em vários ambientes. A pesquisa atual, baseada nos estudos desses autores, reforçou as lições sobre a importância da inteligência emocional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo destaca a importância da inteligência emocional nos negócios, utilizando uma amostra diversificada de profissionais. A complexidade das percepções dos participantes sobre inteligência emocional, incluindo habilidades como manter o bom humor e lidar com os clientes, foi evidenciada na análise dos dados.

A pesquisa ressalta a necessidade de considerar as diferenças individuais e destaca a importância do desenvolvimento de habilidades de comunicação assertiva. A importância da inteligência emocional na gestão de emoções no trabalho enfatiza a necessidade de considerar a diversidade de experiências dos participantes.

Em resumo, o estudo sublinha a importância da inteligência emocional para o desempenho profissional e relacionamentos interpessoais saudáveis. Além disso, percebe-se a necessidade de promover e desenvolver a inteligência emocional em diversos ambientes para melhorar a qualidade de vida e o desempenho dos trabalhadores.

Para pesquisas futuras, recomendamos aprofundar o estudo do desenvolvimento da inteligência emocional em diferentes contextos, focando em estratégias para promover

habilidades emocionais específicas. O trabalho serve como ponto de partida para futuras pesquisas e inovações no campo da inteligência emocional nos negócios, buscando contribuir para ambientes empresariais mais saudáveis e produtivos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, RF; TORKOMIAN, ALV. **Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em Instituições de Ensino Superior.** ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS - EGEPE, 2, 2001, Londrina. Anais... Paraná: 2001.
- BARROS, Marcus Marcelo; GONZAGA, Amarildo Menezes. **Empreendedorismo na Formação de Professores.** Educitec-Revista de Estudos e Pesquisas sobre Ensino Tecnológico, v. 09, 2018.
- BASTOS, Adriana Teixeira; PEÑALOZA, Verônica. **Educação empreendedora e inserção profissional: o perfil dos.** Revista Organizações em Contexto, v. 4, pág. 143-164, 2006.
- BONILHA, Eduardo; KRAKAUER, Patrícia Viveiros de Castro; PLONSKI, Guilherme Ary. **Ensino vivencial de empreendedorismo inovador: estudo do programa AWC-Academic Working Capital.** Inovações para o ensino e a aprendizagem, 2016.
- Censo da Educação ensino superior 2022: notas estatísticas. Brasília, DF: Inep, 2022.
- DA COSTA, Pedro; LOBO, Sérgio Machado; RIBEIRO, Tatiana VA. **Empreendedorismo e educação empresarial.** Revista de Ciências da Administração, pág. 29-09, 2006.
- DE SOUSA SILVA, Carla Patrícia; DE SÁ PEREIRA, Etnny Coelho; DE CARVALHO GUIMARÃES, Jairo. **EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO.** Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 4, pág. 82-100, 2021.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DRUDI, Igor George Borges. **Universidade, conhecimento e empreendedorismo: estudo sobre ensino superior e as startups em Pedra Branca, Santa Catarina (SC).** 2021.
- FERNANDES, Francisco Alexandre dos Santos. **Elementos de educação empreendedora nas instituições públicas federais de ensino superior do Ceará.** 2021.
- FERNANDES, Nicole Maset. **O ensino do empreendedorismo: um estudo de caso nas áreas da saúde, exatas e humanas e Mestrado em Saúde e Educação,** 2014.
- GALVAN, Luciane; VILLELA, Rogério Ventura. **O cenário do empreendedorismo no Brasil e a atuação dos empreendedores como gestores.** Revista da Graduação, v. 2, 2015.
- GARCIA, Renato; ARAÚJO, Veneziano; MASCARINI, Suelene; SILVA, Andréa O.; ASCÚA, Ruben. **Empreendedorismo acadêmico no Brás.** REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, pág. 36-63, set./dez., 2012.

GIOVANELA, Adriana et al. **As características da disciplina de empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior (IES) do Estado de Santa Catarina.** Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL, v.

LIZOTE, Suzete. A.; MIRANDA, Adriane. UE.; SILVA, Samanta. G.; GOHN, Carolina. **Competências Empreendedoras: Um Estudo com Discentes do Ensino Médio.** Revista de Gestão e Secretariado, v. 3, pág. 27-46, set./dez., 2020.

MANDUCA, Alexandre. **O despertar dos objetos.** REGIT: Revista de Estudos de Gestão, Informação e Tecnologia, Itaquaquecetuba, v. 1, pág. 66-76, 2016.

MARTENS, CDP; FREITAS, H. **A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes.** Estudo & Debate, Lajeado, vol. 15, n. 2, pág. 71-95, 2008.

MARTINS, Silvana Neumann et al. **Educação empreendedora desenvolvendo o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores.** 2010.

MASCARENHAS, Maryana de Oliveira. **A percepção dos alunos de administração sobre a promoção do empreendedorismo em uma IES.** 2015. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/7610/1/21476480.pdf>>

MATIAS, Márcia Athayde et al. **O ensino de e.** Revista Catarinense da Ciência Contábil, v. 35, pág. 63-78, 2013.

OLIVEIRA, DPR. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação.** São Paulo: Atlas S.A., 2014.

PAVAN, Nilara Izabel Von Fruauff. **Desmitificando o empreendedorismo: a relação entre educação empreendedora, competências empreendedoras e intenção de.** 2021.

PARREIRA, Pedro Miguel Santos Dinis et al. **Empreendedorismo no ensino superior: estudo psicométrico da escala de oportunidades e recursos para empreender.** Revista Psicologia Organizações e Trabalho, v. 4, pág. 269-278, 2017.

ROSCA, Eugênia; AGARWALB, Nivedita; BREM, Alexandre. **Mulheres empreendedoras como agentes de mudança: Uma análise comparativa dos processos de empreendedorismo social e.** Previsão Tecnológica e Mudança Social, n. 157, pág. 1-12, 2020.

SARAIVA, LAS; SOUZA, AM. **Representações Sociais, Práticas e Desafios do Ensino de Empreendedorismo na Graduação sob a Ó.** ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE – ENEPQ, 2, 2009, Curitiba. Anais... Curitiba: 2009.

SEBRAE. **Estudo e Pesquisa/Empreendedorismo,** 2015. Disponível em: <www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20sebrae/Anexos/GEM%20nacional%20-%20web.pdf>.

SILVA, Júlio Eduardo Ornelas et al. **Contribuições do plano de desenvolvimento institucional e do planejamento estratégico.** 2013.

TESTAS, Carla Patrícia; MOREIRA, Filipa Ramos. **O empreendedorismo no ensino superior**. Gestão e Desenvolvimento, n. 22, pág. 139-163, 2014.

VALENCIANO SENTANIN, LH; BARBOZA, RJ. **Conceitos de empreendedorismo**. Revista Científica Eletrônica de Administração, v. 6, n. 4, pág. 685-693, 2005.

VERGARA, SC. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ZEN, Aurora Carneiro; FRACASSO, Edi Madalena. **Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor**.

BATER. Revista de Administração Mackenzie, v. 135-150, 2008.