

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

ERIKA TAVARES DE AQUINO

**INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DOS COLABORADORES DA
DAFONTE VEÍCULOS: UMA VISÃO DE SI MESMOS.**

CARUARU

2016

ERIKA TAVARES DE AQUINO

**INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DOS COLABORADORES DA
DAFONTE VEÍCULOS: UMA VISÃO DE SI MESMOS.**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Núcleo de Gestão do Centro Acadêmico do Agreste
– UFPE como requisito parcial para obtenção
do Título de bacharela em Administração.

Orientador: Prof. Luiz Sebastião dos Santos Júnior,
Mestre.

CARUARU

2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Marcela Porfírio CRB/4 - 1878

A657i Aquino, Erika Tavares de.
Inteligência emocional dos colaboradores da Dafonte Veículos : uma visão de si
mesmos. / Erika Tavares de Aquino. – 2016.
61f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Luiz Sebastião dos Santos Junior.
Monografia (Trabalho de conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Administração, 2016.
Inclui Referências.

1. Inteligência emocional. 2. Percepção. 3. Administração – Aspectos psicológicos.
I. Santos Junior, Luiz Sebastião dos (Orientador). II. Título.

658 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2016-409)

ERIKA TAVARES DE AQUINO

**INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DOS COLABORADORES DA
DAFONTE VEÍCULOS: UMA VISÃO DE SI MESMOS.**

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação em administração da Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Caruaru, 25 de novembro de 2016.

Prof. Cláudio José Montenegro de Albuquerque, Mestre
Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Luiz Sebastião dos Santos Júnior
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientador

Prof. Wagner Rocha Gomes
UNINASSAU – *Campus* Caruaru
Examinador

Prof. Elielson Oliveira Damascena
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Examinador

*Aos meus pais,
Elizabeth Figueiredo de Aquino e
João Tavares Ari que sempre me incentivaram
e me apoiaram na construção desse caminho.*

*Aos meus irmãos,
Bruno Tavares de Aquino e
Fabio Tavares de Aquino
que me acompanharam
em todas as horas.*

*Aos meus queridos familiares
e amigos, aos quais pude contar em
todos os momentos de alegria e dificuldade.*

AGRADECIMENTOS

Quando decidimos e realizamos um projeto como este, cria-se uma gratidão com muitas pessoas que tanto empenharam - se, compreenderam e cooperaram para tornar possível esta jornada, como incentivaram intelectualmente e/ou emocionalmente.

A todos quero expressar o meu mais profundo e sincero agradecimento, e espero corresponder todo apoio e confiança com a qual me presentearam.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, pela dádiva da vida e por me dar condições de realizar este sonho. Por seu amor, e por me mostrar a mais linda demonstração de motivação, a fé.

Em segundo lugar, ao meu orientador Prof. Luiz Sebastião dos Santos Júnior que com sua disponibilidade e apoio na pesquisa bibliográfica, compartilhou comigo conhecimentos essenciais para este trabalho. Obrigada pelo incentivo.

A minha família formada pelos meus pais João Tavares e Elizabete Figueiredo, meus irmãos Bruno Tavares e Fabio Tavares pelo amor, compreensão e paciência, que me ajudaram infinitamente.

Aos amigos (Lindinhos) que fiz durante a graduação, que por todo este tempo, compartilharam comigo tantas experiências, esforços e sentimentos verdadeiros. Vocês marcaram de maneira linda essa etapa da minha vida, e assim como os conhecimentos adquiridos, levarei para sempre todos os momentos que tivemos. A minha mais profunda admiração e saudosa lembrança.

E por último aos colaboradores, principais personagens deste estudo, que colaboraram de forma espontânea e de boa vontade aos questionários aplicados. A minha gratidão.

A todos o meu sincero agradecimento!

“Tudo que somos é resultado do que temos pensado.

A mente é tudo. Nós nos tornamos aquilo que pensamos”

Buda

RESUMO

Este trabalho consiste em um estudo realizado na Dafonte Veículos Caruaru, uma concessionária do setor automotivo localizada no município de Caruaru-PE, que tem como objetivo identificar a percepção de inteligência emocional que os colaboradores têm de si mesmos. É um estudo descritivo e exploratório que buscou os dados por meio de aplicação do questionário WLEIS, de Wong e Law (2004), avaliando as seguintes dimensões: a avaliação das próprias emoções, a avaliação das emoções dos outros, o uso das emoções e a regulação das emoções. Os questionários foram aplicados a 41 colaboradores e foram classificados por departamentos e dados demográficos como gênero, renda, tempo de trabalho, escolaridade e faixa etária. A média geral de inteligência emocional dos colaboradores foi calculada em 5,23, e por departamento, sendo 5,20 para o departamento pós-vendas e 5,27 para o departamento de vendas. Concluiu-se que os colaboradores possuem uma percepção moderada e satisfatória sobre o assunto, entendem suas habilidades e capacidades, e as utilizam principalmente na tomada de decisão e no manejo de situações cotidianas, precisando desenvolvê-las melhor para abranger outros aspectos da vida. Analisando-se por departamentos, percebeu-se que os colaboradores possuem o mesmo nível de percepção de inteligência emocional.

Palavras-chaves: Inteligência. Emoção. Inteligência Emocional. Percepção dos colaboradores.

ABSTRACT

This work is a study about Dafonte Veículos Caruaru vehicles, an automotive dealership located in Caruaru-PE, which aims to identify the perception of emotional intelligence that employees have about themselves. In addition, a descriptive and exploratory study that got data through the application of WLEIS questionnaire, Wong and Law (2004), evaluating the following dimensions: evaluation of their own emotions, assessing emotions of others, the use of emotions and the regulation of emotions. The questionnaires were given to 41 employees and were classified by departments and demographics data such as gender, working time, schooling and age. The general average of emotional intelligence of employees was calculated at 5,23, and by department, 5,20 for the after sales department and 5,27 for the Sales department. It was concluded that the employees have a moderate and favorable perception of the subject, understand their skills and abilities, and use them mainly in decision-making and management of everyday situations, although it's necessary to develop them better to cover other aspects of life. By departments analyze, it was noticed that the employees have the level of perception of emotional intelligence.

Keywords: Intelligence. Emotion. Emotional Intelligence. Employee perception.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 2.1 – Componentes da Emoção.....	27
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1 – Gênero da população.....	36
Gráfico 4.2 – Renda da população.....	37
Gráfico 4.3 – Tempo de Trabalho da população.....	38
Gráfico 4.4 – Escolaridade da população.....	39
Gráfico 4.5 – Faixa Etária da população.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 4.1 – Distribuição de perguntas por variáveis.....	41
Tabela 4.2 – Avaliação das próprias emoções - análise geral.....	42
Tabela 4.3 – Percepção das emoções dos outros - análise geral.....	43
Tabela 4.4 – Uso das Emoções - análise geral.....	44
Tabela 4.5 – Regulação das Emoções – análise geral.....	45
Tabela 4.6 – Avaliação das próprias emoções - análise por departamentos.....	46
Tabela 4.7 – Percepção das emoções dos outros - análise por departamentos.....	47
Tabela 4.8 – Uso das Emoções - análise por departamentos.....	48
Tabela 4.9 – Regulação das Emoções – análise geral por departamentos.....	49
Tabela 5.1 – Média geral e médias por departamento.....	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1 – Inteligências Múltiplas.....	25
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GM – General Motors Corporation.

IE – Inteligência Emocional.

IPI – Imposto Sobre a Propriedade Industrial.

IS – Inteligência Social.

QI – Quociente Intelectual.

SEBRAE – Serviço de Apoio à Micros e Pequenas Empresas.

WLEIS – Wong-Law Emotional Intelligence Test.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2 PERGUNTA DE PESQUISA	18
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA	18
1.3.1 OBJETIVO GERAL.....	18
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.4 JUSTIFICATIVAS	19
1.4.1 JUSTIFICATIVAS PRÁTICAS.....	19
1.4.2 JUSTIFICATIVAS TEÓRICAS	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	21
2.1 INTELIGÊNCIA	21
2.1.1 INTELIGÊNCIA E GESTÃO DE PESSOAS	21
2.1.2 CONCEITO DE INTELIGÊNCIA.....	22
2.1.2.1 Modelos de Inteligência.....	23
2.1.2.2 Inteligência Geral	24
2.1.2.3 Inteligências Múltiplas	24
2.1.2.4 Inteligência Emocional.....	25
2.2 A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL	26
2.2.1 CONCEITOS DE EMOÇÃO	26
2.2.2 A INFLUÊNCIA DAS EMOÇÕES NO COMPORTAMENTO HUMANO	28
2.2.3 CONCEITOS DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL	29
2.2.4 RELEVÂNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL.....	30
2.2.5 INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL.....	31
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33
3.1 ORIGEM DA PESQUISA.....	33
3.2 POPULAÇÃO	34
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	35
4 ANÁLISE DE DADOS.....	36
4.1 DADOS DEMOGRÁFICOS	36
4.1.1 ANÁLISE DA IE DOS COLABORADORES	40
4.2 ANÁLISE GERAL DA IE DOS COLABORADORES	42

4.3 ANÁLISE DA IE DOS COLABORADORES DE VENDAS E PÓS-VENDAS	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
5.1 CONCLUSÕES	50
5.2 LIMITAÇÕES	52
REFERÊNCIAS	54
ANEXO – QUESTIONÁRIO WLEIS ORIGINAL.....	60
APÊNDICE – QUESTIONÁRIO APLICADO	61

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta a introdução onde serão apresentados a problematização, a pergunta de pesquisa, os objetivos – geral e específicos – e as justificativas – teóricas e práticas. Este é um estudo sobre a percepção de inteligência emocional que colaboradores da Dafonte Veículos Caruaru têm de si mesmos.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Segundo Goleman (1997), entende-se a emoção como uma associação de sentimentos e raciocínios resultantes, estados biológicos e psicológicos, e a diversidade de propensões para a ação. Há várias emoções, acrescentando suas respectivas combinações, variações, mutações e tonalidades.

A emoção é uma experiência pessoal e subjetiva que compreende o indivíduo de forma completa, tanto física quanto psicológica. Possui reações diversas e complicadas causadas ou por um estímulo ou por uma reflexão e que se compõem de respostas orgânicas e discernimentos pessoais. É um comportamento que relaciona diferentes elementos, que pode acarretar uma reação e pode ser observada, uma exaltação física, uma análise cognitiva e um conhecimento particular (PINTO, 2001).

As emoções poderiam influenciar processos de pensamento através da execução de distintas estratégias de processamento da informação. Nesse contexto, incluímos a inteligência emocional, para potencializar e estudar essa capacidade de administrar de maneira inteligente as emoções e aproveitá-las ao nosso favor em distintas situações (FORGAS,1995; SCHWARZ ,1990).

Para Elster (2009), as emoções, operam com enorme intensidade que acabam afetando todos os polos da ação, pois atuam diretamente em aspectos que todo o ser humano tem arraigado, como suas crenças e seus desejos. Entende-se, portanto que o ser humano busca por suas realizações, e desta forma, sempre procura se desenvolver, e o que ele sente, é um fator prevaiente na influência de suas decisões. Goleman (1999) afirma que a organização emocionalmente inteligente se comporta como a sua visão, missão e de acordo com seus

valores. Pois a transparência de seus valores, do espírito e da missão de uma organização traz uma autoconfiança decisiva nas tomadas de decisões empresarias.

Considerando o cenário econômico mundial é perceptível que os impactos financeiros vêm constantemente acontecendo. O sistema econômico é complexo e os seus resultados derivam-se das escolhas realizadas pelos agentes econômicos. Logo, em tese, seria possível tomar decisões racionais, mas, aspectos subjetivos como o medo, confiança ou insegurança, excitação ou depressão, entre outros, podem influenciá-las. Diante desse cenário de incertezas que envolve toda cadeia automotiva, depois de uma época com anos de crescimento, passando por um período de estagnação com a retirada de descontos e incentivos como as isenções do Imposto Sobre a Propriedade Industrial (IPI) em 2012, o setor automotivo no Brasil desacelerou em 2014 e 2015. Para os fabricantes e fornecedores do setor esse é um momento desafiador (SEBRAE, 2015).

A GM atua no Brasil desde 1925 e começou atuando inicialmente no mercado para caminhões. Em 1958 já com instalações de fabricação e montagem no país, começou a produzir automóveis genuinamente nacionais. Diante do declínio do fordismo na década de 70, diversificou seu portfólio, produzindo diversos modelos, se tornando mais competitiva e forte no cenário automobilístico (CHEVROLET, 2016 a).

Para isso, adotou um modelo de gestão com tomada de decisão descentralizada e com delegação de autoridade, onde a administração central define os objetivos e metas a serem alcançadas. Propagou-se uma construção de uma cultura organizacional baseada na estratégia e na inovação. A marca Chevrolet tem mais de 100 anos de história, e atualmente a sua linha de veículos possui o desenvolvimento de tecnologias ligadas à eficiência energética e conectividade – segmento no qual a GM é referência com os carros da marca Chevrolet, tem o seu foco em se tornar líder no mercado onde atua, por isso busca como estratégia a inovação. Com o novo posicionamento global da marca, o “*Find New Roads*”, a Chevrolet pretende se tornar umas das dez maiores marcas do mundo (CHEVROLET, 2016 b).

Esse posicionamento é recente, tendo em vista que, a crise de 2008 veio agravar a situação da empresa em termos mundiais, por produzir veículos que consumiam muito combustível, incompatíveis com a alta do petróleo (EPOCA, 2008). Para reestabelecer a situação financeira da empresa, lhe foi concedido um empréstimo no valor de US\$ 13,4 bilhões do Departamento do Tesouro dos Estados Unidos. Também foi realizada uma reestruturação de suas operações no mundo, priorizando as operações mais lucrativas. Porém

nesse contexto o presidente da General Motors do Brasil e Mercosul, Jaime Ardila, declarou que 2008 foi o melhor ano da empresa no país (G1, 2015).

Comparando analogicamente a crise de 2008 à crise de 2015, têm-se questões e dificuldades diferentes, como a falta de incentivos por parte do governo (Redução do IPI), juros mais altos para os consumidores, e mais consumidores endividados, como afirma o presidente da GM Jaime Ardila: "Hoje não temos essas ferramentas e está mais difícil de arrumar a situação", diz o executivo, que projeta para o ano queda de 13% a 17% nas vendas, mesmo apostando numa melhora no cenário a partir do segundo semestre" o mesmo ainda considera a crise atual na indústria automobilista pior que a de 2008 (VEJA, 2015).

Diante deste desafio, buscando manter a cultura de liderança e inovação, a concessionária Dafonte Veículos Caruaru atua num panorama difícil, de conquistar e manter os clientes, oferecendo veículos e serviços de qualidade, mantendo um ritmo de vendas constante e assim sobreviver aos efeitos da falta de crédito e a falta de incentivo. Como lidar com essa situação, tendo como perspectiva negativa de produção e venda? Como a percepção dos colaboradores influencia o seu trabalho e os seus resultados? É nesse contexto que o estudo é realizado visando medir qual o nível de percepção de inteligência emocional que os colaboradores da Dafonte Veículos têm de si mesmos.

1.2 PERGUNTA DE PESQUISA

A partir disso, utilizando a Dafonte Veículos Caruaru campo de estudo, pode-se dispomos a pergunta de pesquisa: Qual a percepção de inteligência emocional que os colaboradores da Dafonte Veículos Caruaru têm de si mesmos?

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

Aqui serão expostos os objetivos gerais e específicos, consecutivamente, para explicitar qual o propósito desse estudo.

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Essa pesquisa tem como objetivo geral identificar qual a percepção de inteligência emocional que os colaboradores da Dafonte Veículos Caruaru têm de si mesmos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

De acordo com o objetivo geral apresentado, abaixo seguem os objetivos específicos que irão orientar essa pesquisa:

- Identificar como os colaboradores relacionam esse tema ao cotidiano.
- Analisar como usam a sua inteligência emocional no ambiente de trabalho.
- Determinar o nível médio de percepção de inteligência emocional dos colaboradores.
- Comparar o nível de percepção de inteligência emocional dos colaboradores de vendas e pós-vendas.

1.4 JUSTIFICATIVAS

Nesta seção apresentam-se as justificativas práticas e teóricas que demonstram a importância do estudo.

1.4.1 JUSTIFICATIVAS PRÁTICAS

- O estudo propicia aos colaboradores uma nova visão de avaliação pessoal, medindo seu nível de inteligência emocional, podendo servir como base para aperfeiçoar suas habilidades e competências, que podem ser utilizadas na vida pessoal e profissional.
- Aos gestores uma ferramenta para identificar colaboradores mais aptos a funções que exijam controle emocional e percepção de ambiente. Além de também mostrar quais habilidades podem ser desenvolvidas com treinamentos pela empresa aos seus colaboradores.

- Analisar como a inteligência emocional dos colaboradores interfere nas atividades da empresa, e por consequência nos resultados da mesma. Assim será útil para uma análise de clima organizacional.

1.4.2 JUSTIFICATIVAS TEÓRICAS

- Na teoria, esta pesquisa contribuirá para enriquecer os estudos referentes à inteligência emocional e oferecer o resultado de um estudo realizado com colaboradores numa concessionária, podendo servir como base para pesquisas posteriores nessa área.
- Essa pesquisa possui uma bibliografia relevante, pois o modelo utilizado é adaptável a outras realidades, portanto podendo servir como um estudo base a ser utilizado.
- A inteligência emocional, por conseguinte é um tema que deve ser mais estudado e explorado, pois é um conhecimento prático que está inserido em nosso cotidiano, ajudando-nos a conhecer melhor a natureza humana e como isso influencia a vida dos indivíduos. Esse tipo de inteligência intervém diretamente o desempenho de trabalho dos colaboradores.

No próximo capítulo se apresenta o referencial teórico, que aborda sobre a inteligência, inteligência emocional e inteligência emocional no contexto organizacional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo busca analisar a inteligência emocional (IE) de uma forma geral. Para isso, inicia-se com uma explanação sobre o conceito de inteligência e gestão de pessoas, segue-se abordando sobre os modelos de inteligência: inteligência geral, inteligências múltiplas e inteligência emocional. Posteriormente aprofunda-se o estudo sobre a inteligência emocional, subdividida em conceitos de emoção, influência das emoções no comportamento humano, conceitos de Inteligência Emocional, relevância da Inteligência Emocional e Inteligência Emocional no contexto organizacional.

2.1 INTELIGÊNCIA

Nesta seção revisam-se os conceitos de inteligência, gestão de pessoas, e os modelos de inteligência: inteligência geral, inteligências múltiplas e inteligência emocional.

2.1.1 INTELIGÊNCIA E GESTÃO DE PESSOAS

A gestão de pessoas é definida como um composto de normas e políticas que permite o alinhamento de expectativas entre as pessoas e a organização, para que assim ambas possam satisfazê-las ao longo do tempo (DUTRA, 2002). A gestão de pessoas exerce um papel de possibilitar as pessoas, sejam empregados, funcionários, recursos humanos ou qualquer denominação utilizada, a colaborarem para atingir os objetivos individuais e organizacionais (CHIAVENATO, 1999).

O recrutamento de pessoas compõe um processo que tem a finalidade encontrar candidatos nas fontes de recrutamento, sejam essas fontes internas ou externas. (TACHIZAWA; FERREIRA; FORTUNA, 2001). Para Gil (2001) O recrutamento constitui-se numa sistemática que busca recrutar pessoas potencialmente qualificadas e capacitadas para ocupar funções dentro da organização.

De acordo com França (2011) as técnicas mais empregadas para a seleção de pessoas são: entrevistas, provas de conhecimento, testes psicológicos – testes psicométricos e testes de personalidade, e técnicas vivenciais (provas situacionais, dinâmica de grupo e psicodrama). Examinam-se também as condições de saúde do candidato. Geralmente, a bibliografia relata

como um método de seleção o quociente de inteligência (QI) que é verificado por meio de provas de conhecimento, porém raramente se fala sobre a inteligência emocional (IE). Há diversos tipos de inteligência, e todas elas retratam o desempenho das pessoas dentro das organizações.

Para Goleman (1995) a inteligência emocional é equivalente ou até mais importante do que o QI como indiciador do sucesso profissional e/ou pessoal de um indivíduo, porque “no melhor, o QI contribui cerca de 20% para os fatores que determinam o sucesso na vida, o que deixa 80% para outros fatores”. Fleury (2000) confirma a ideia de Goleman (1995) ao dizer que a competência de um indivíduo não se sustenta somente nos seus conhecimentos, mas também em várias habilidades como, por exemplo: saber agir, integrar, se engajar, entre outras. Pode-se então evidenciar a relevância da inteligência emocional.

O estudo da inteligência emocional, conforme Nascimento (2006) possibilita uma boa compreensão, um adequado clima organizacional, uma satisfatória interação entre os colaboradores da organização, e uma melhor colaboração de todos para a conquista dos objetivos organizacionais.

2.1.2 CONCEITO DE INTELIGÊNCIA

Segundo Oliveira (2008), independente de se ter inumeráveis conceitos para a palavra inteligência, de origem latina, trata-se de questões ligadas ao cognitivo, à percepção, à psicologia, assim de suma importância para a compreensão do aprendizado humano. A inteligência é a aptidão para solucionar problemas ou de criar bons resultados para um ou mais cenários culturais (GARDNER, 1994).

As pessoas apresentam-se com diferentes níveis de inteligência e podem ser melhores ou piores em cada tipo específico. Assim, quanto mais capacidade e habilidade uma pessoa tiver para solucionar qualquer problema, julga-se que mais inteligente ela pode ser considerada (BERGAMINI, 2008).

Segundo Miranda (1997) a inteligência emocional relaciona-se a dois tipos de inteligência, a racional e a emocional. O intelecto não pode dar o melhor de si sem a inteligência emocional.

A ênfase na cognição não a exclui, no entanto, a identificação de duas inteligências que se tornariam os componentes centrais da inteligência emocional – as inteligências interpessoais e intrapessoais (ALMEIDA; SOBRAL, 2005).

Mesmo sendo inteligente, em algumas situações, a pessoa é capaz de lidar com suas emoções, limitando-as sempre que acharem pertinente e raramente consegue-se abandonar sentimentos indesejados (BERGAMINI, 2008).

2.1.2.1 Modelos de Inteligência

Binet e Simon em 1905 elaboraram o primeiro teste de inteligência (Mathews et al., 2002). O quociente intelectual, (QI) que é avaliado conforme a faixa etária do indivíduo, e quanto maior o QI, o indivíduo é considerado mais inteligente. Não é possível saber ainda quantas habilidades a inteligência revela, mas em 2008 já excedia 13.000 (BERGAMINI, 2008).

A Inteligência Emocional (IE) no seu contexto histórico consiste num campo em expansão que reúne diversas áreas de pesquisa. A elaboração do conceito de IE como uma habilidade foi desenvolvida numa série de artigos na década de 1990 com Mayer, DiPaolo e Salovey. Porém a pesquisa inicial procurou aspectos teóricos de definição de constructo, medição e comprovação empírica, baseados no modelo psicométrico de inteligência. Foi definido academicamente pela primeira vez por Salovey e Mayer (1990), como uma subforma de IS (Inteligência Social) que englobaria a habilidade de monitorar as emoções e sentimentos próprios e dos outros, discriminá-los e utilizar essas informações para orientar pensamentos e ações. Os primeiros estudos empíricos demonstraram a habilidade das pessoas em identificar emoções em cores, rostos e formas (MAYER et al., 1990), além de ter sido investigado a compreensão de emoções de personagens em histórias (MAYER; GEHER, 1996).

Gardner (1994) explica a inteligência como um conjunto de habilidades complexas que torna o indivíduo apto a resolver problemas, criar e recriar situações e soluções. O autor definiu a inteligência, não como única, mas como capacidades diferentes e que interagem entre si, as inteligências múltiplas. Ele dividiu a inteligência em sete subtipos: linguística, espacial, musical, lógico-matemática, corporal-cinestésica, interpessoal e intrapessoal. Complementa ainda que cada subtipo da inteligência opera em uma parte separada do cérebro, e obedecem a regras próprias, são independentes uma da outra.

Para Goleman (2012), uma das definições de IE é a capacidade de criar motivações para si próprio e de persistir num objetivo apesar dos percalços, de controlar impulsos e saber aguardar pela satisfação de seus desejos, de se manter em bom estado de espírito e de impedir que a ansiedade afete e/ou prejudique a capacidade de raciocinar e se relacionar com os outros.

2.1.2.2 Inteligência Geral

Alfred Binet (1905) elaborou o primeiro teste de inteligência, reconhecido como o teste de quociente intelectual (QI). Posteriormente surgiu o fator geral, “fator G”, que fundamentava-se numa inteligência que abrangia todos os campos (CHABOT; CHABOT, 2005).

A inteligência geral (fator G) pode ser medida por meio de testes de QI, que analisa a capacidade lógica-matemática, linguística e espacial, porém observa-se que, apenas o QI não é suficiente para garantir o sucesso na vida real. Fazer uma relação do nível racional e mental com as situações que acontecem na vida, é uma ideia desgrenhada, porque o coeficiente intelectual é um elemento desfavorecido, irrelevante dos logros da vida (STERNBERG, 1997).

A inteligência é um potencial biológico e psicológico que se exerce, conforme os estímulos, oportunidades e motivações que o meio ambiente ocasiona. É a habilidade para solucionar problemas ou criar resultados que sejam significativos em um ou mais ambientes culturais (GAMA, 2006).

2.1.2.3 Inteligências Múltiplas

As inteligências múltiplas contribuem fortemente no ensino-aprendizagem, pois permite que se aprenda e desenvolva capacidades e habilidades em diversas áreas. Gardner (1994) divide a inteligência em sete subclasses: linguística, musical, lógico-matemática, espacial, corporal cinestésica, interpessoal e intrapessoal.

Podem-se compreender melhor as inteligências múltiplas observando-se o quadro 2.1, que descreve cada um dos tipos de inteligência abordados por Gardner (1994).

Quadro 2.1: Inteligências Múltiplas

Tipo de Inteligência	Descrição
Inteligência linguística	Se refere a capacidade de expressão e captação de conhecimento, bem como convencer alguém de algo.
Inteligência musical	Relaciona-se a habilidades de cantar, tocar instrumentos, ler notas musicais, escutar gravações e até mesmo observar danças.
Inteligência lógico-matemática	Envolve a capacidade de resolver cálculos longos e aptidão para olhar para tudo com raciocínio
Inteligência Espacial	Tange a percepção do mundo visual, transformações e mudanças sobre as percepções iniciais, recriando e manipulando formas.
Inteligência corporal cinestésica	Consiste em controlar objetos e movimentos corporais com habilidade
Inteligência interpessoal	Capacidade de observar e diferenciar quanto a sentimentos e intenções, temperamentos, ânimo e motivações.
Inteligência intrapessoal	Intrapessoal envolve a relação do indivíduo com os próprios sentimentos e emoções, e sua capacidade de administrar seu próprio comportamento.

Fonte: Gardner, 1994. p. 42.

Foi a partir de dois dos tipos de inteligência, identificados nas inteligências múltiplas, que se iniciou o estudo da Inteligência Emocional (IE). Segundo Goleman (2001) a IE é a capacidade de discernir os próprios sentimentos e os alheios, de se motivar e também de gerir habilmente as emoções intrínsecas e os relacionamentos que possuímos.

2.1.2.4 Inteligência Emocional

A inteligência emocional é conceituada como a capacidade de compreender quando as emoções favorecem o pensamento; a capacidade de entender e conhecer a emoção; e a capacidade de controlá-las, crescendo emocional e intelectualmente (MAYER; SALOVEY, 2007).

Para Goleman (1999, p. 337) “A inteligência emocional refere-se à capacidade de identificar nossos próprios sentimentos e dos outros, de motivar a nós mesmos e de gerenciar

bem as emoções dentro de nós e em nossos relacionamentos.” Portanto entende-se que inteligência emocional, é o uso das próprias emoções trabalhando a favor de quem busca algum tipo de resultado, e quer chegar ao sucesso de maneira inteligente.

A emoção pode ser vista como uma energia, que de forma constante se dissipa pela pessoa, movimentando intensamente os processos que afetam todas as circunstâncias da sua vida. Diante disso, quando se desenvolve a inteligência emocional, muda maneira de se trabalhar, viver e se relacionar (COOPER; SAWAF, 1997).

Gardenswartz (2012) explica que a inteligência emocional faz com se avalie e se compreenda sentimentos e que os use de forma produtiva. Além de sua compreensão, também envolve aspectos específicos para reconhecê-los, entende-los, expressa-los para depois aplicar sua energia eficazmente. As emoções não seriam tão fáceis de se lidar.

Aprofunda-se o estudo sobre a inteligência emocional na seção 2.2.

2.2 A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Nesta seção trataremos de maneira mais aprofundada alguns conceitos de emoção, influência das emoções no comportamento humano, conceitos de Inteligência Emocional, relevância da Inteligência Emocional e Inteligência Emocional no contexto organizacional.

2.2.1 CONCEITOS DE EMOÇÃO

Goleman (1995) entende que emoção diz respeito a um sentimento e a pensamentos diversos, entre estados psicológicos e biológicos, e que possuem uma série de aspectos para a ação. Existem numerosas emoções, com suas mutações, combinações, variações e gradações.

Segundo Pisani (1990) as emoções são estados complicados de agitação no qual se envolve o organismo inteiro. O termo emoção também é utilizado para denominar sentimentos e condições afetivas de maneira comum. Portanto, pode ser entendida como a expressão de estados psíquicos em que o indivíduo se encontra e/ou sente.

As emoções podem dar poder as pessoas, a partir do momento que se consegue utilizá-las a seu favor, e não contra você. Emoções são poderosas e será a sua força (STEINER; PERRY, 1998).

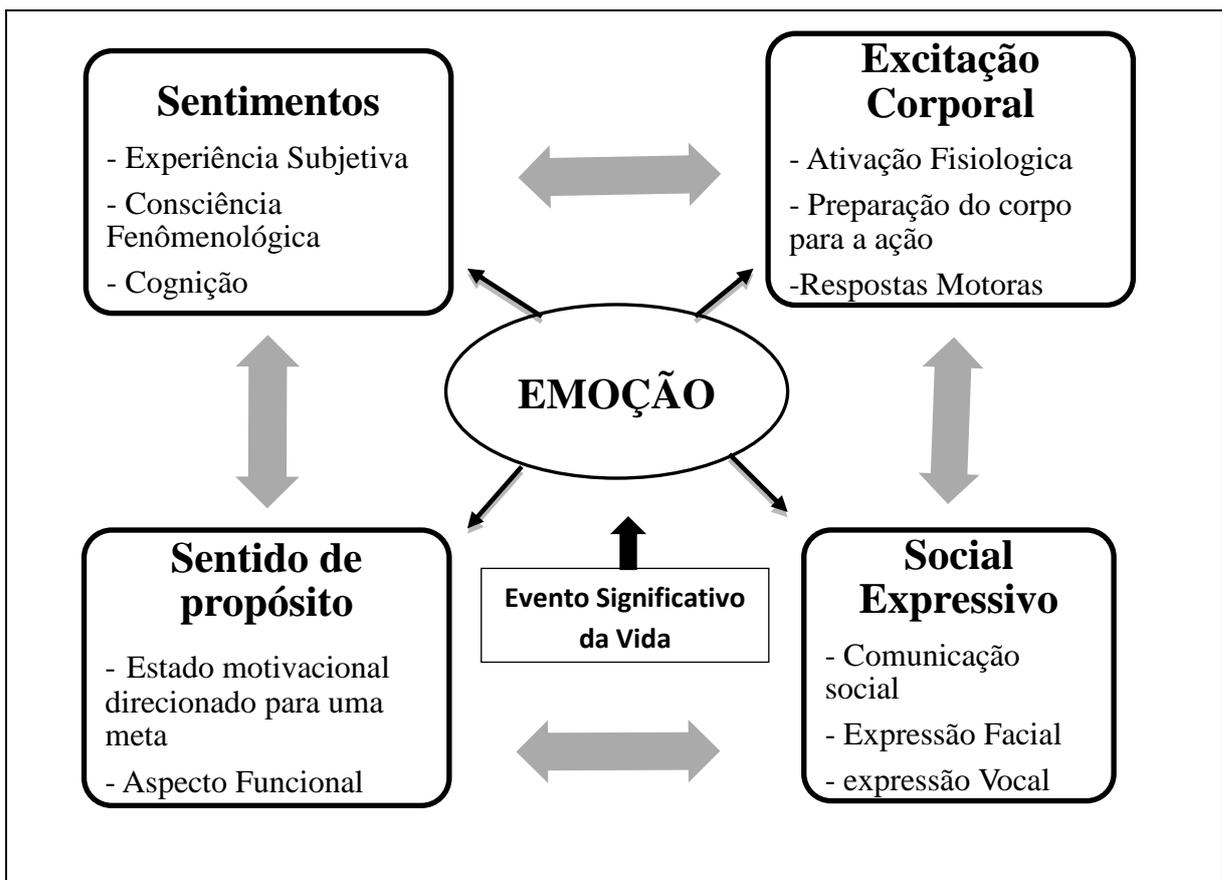
De acordo com Reeve (2006, p. 190)

Em parte as emoções são sentimentos subjetivos, pois nos fazem sentir de determinado modo, tal como zangados (com raiva) ou alegres [...] As emoções são fenômenos expressivos e propositivos, de curta duração, que envolvem estados de sentimentos e ativação, e nos auxiliam na adaptação às oportunidades e aos desafios que enfrentamos durante eventos importantes da vida.

As emoções são manifestações significativas e propositivas, com duração rápida que relacionam estados de sentimento e ativação. Ajudam na adaptação a diferentes situações como oportunidades e/ou desafios que lidamos durante a vida (REEVE, 2006).

A figura 2.1 mostra os componentes da emoção, que inclui o caminho que nos leva a emoção.

Figura 2.1: Componentes da emoção



Fonte: Reeve, 2006. p. 191

Reeve (2006) descreve os componentes da emoção como:

1. **Excitação corporal:** Prepara o nosso corpo para ação, está alinhado juntamente com a emoção, visto que quando um ser define algum tipo de emoção, necessariamente estará ocorrendo excitação.
2. **Sentido de propósito:** Propicia a emoção certa motivação. Este componente se faz entender porque as pessoas têm benefícios com as emoções, dado que sem essas emoções estas mesmas pessoas não teriam nenhum sentimento de medo, ódio, amor, alegria, seja ele qual for bom ou ruim.
3. **Social expressivo:** É a parte que leva a compreender o que a pessoa está sentindo, sem que ela utilize-se de palavras. Apenas pelo gesto, expressão e postura (não verbal), podemos revelar seu sentimento, e qual tipo de emoção.
4. **Sentimentos:** é o modo que utilizamos para expressar nossas emoções, por meio dos sentimentos, do que estamos sentindo em determinado momento.

O autor deixa claro que quando esses quatro componentes são colocados em prática, é evidente que a pessoa estará preparada, motivada e terá clara demonstração e compreensão de suas emoções (Reeve, 2006)

2.2.2 A INFLUÊNCIA DAS EMOÇÕES NO COMPORTAMENTO HUMANO

Steiner e Perry (1998) afirmam que para que o indivíduo seja considerado emocionalmente inteligente, ele precisa entender e conhecer suas emoções e as emoções que estão ao seu redor, do ambiente e das outras pessoas. Weisinger (2001) declara que para administrar as emoções é preciso compreendê-las e então usar essa compreensão para manipular os eventos da vida de maneira mais produtiva.

Smith e Lazarus (1990) compreendem que a emoção é fruto das experiências e do desenvolvimento humano provenientes das relações sociais de cada indivíduo. As emoções são encarregadas pelos sentimentos do indivíduo. Considera-se um fator importante na construção do comportamento humano (BERGAMINI, 2008).

Segundo Ryback (2000) a emoção é a transformação dos próprios sentimentos. Como por exemplo, a convicção nas suas habilidades pessoais de executar uma tarefa ou de cooperar produtivamente em conjunto com outras pessoas. Ou seja, a emoção expressa à maneira como a pessoa vai se comportar diante de distintas situações, de acordo como os seus sentimentos estarão. Quando as emoções são intensamente fortes, nosso organismo, por meio de reações viscerais do sistema nervoso, nos leva a reagir de modo a enfrentar e lutar, ou espontaneamente fugir (BERGAMINI, 2008).

Cooper e Sawaf (1997) dizem que, com o grande crescimento da Inteligência Emocional, aumenta-se a compreensão sobre o tema, incentivando a evolução de um caminho abrangente para nos ensinar e orientar como desenvolver a capacidade de raciocínio, aproveitando melhor as emoções, seguindo intuições e, assim, entrando em conexão consigo e com as pessoas do seu redor. Ao trabalhar dessa maneira, surge a diferença que a IE pode trazer para o sucesso satisfatório.

Para Goleman (1995) um indivíduo emocionalmente inteligente é capaz de superar seus problemas emocionais, controlar as próprias emoções, evitar frustrações e se motivar, e consegue lidar com as emoções dos outros.

2.2.3 CONCEITOS DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Weisinger (2001) diz que a inteligência emocional é de maneira clara o uso inteligente das emoções, fazendo-se propositadamente com que as emoções funcionem a seu favor, utilizando-as como uma opção para orientar o seu comportamento e seu raciocínio, de forma a aperfeiçoar os resultados.

A inteligência emocional pode ser conceituada como a capacidade de significar as emoções e suas conseqüentes e possíveis relações e reações, e também de raciocinar e ser capaz de resolver problemas que abranjam traços emocionais. Compreende a habilidade de assimilar, perceber, avaliar e administrar as emoções (MAYER, SALOVEY E CARUSO, 2000).

Bar-On (1997) define a inteligência emocional mais como uma competência do que como uma forma de inteligência. A (IE) compreende o controle de impulsos, responsabilidade social, capacidade de lidar com os sentimentos e estresse.

A inteligência emocional refere-se à habilidade de determinar nossos próprios sentimentos e dos outros, de nos motivar, e de gerir bem as emoções interiores e nos relacionamentos (GOLEMAN, 1999).

Ainda para Goleman (2001) a Inteligência Emocional contém cinco competências emocionais e sociais básicas que são classificadas por ele como: auto percepção, autorregulamentação, motivação, empatia e habilidades sociais.

- **Auto percepção:** remete-se à pessoa compreender e manipular de modo consciente e convicto suas emoções para desenvolver um comportamento correto diante da situação apresentada.
- **Autorregulamentação:** diz respeito ao nosso autocontrole, a nossa capacidade de usar nossas emoções de modo a beneficiar o bom desenvolvimento do dia a dia de nossas vidas.
- **Motivação:** é a aptidão do indivíduo de administrar suas emoções a serviço de um determinado objetivo.
- **Empatia:** relaciona-se ao indivíduo perceber seus anseios e os usar de forma positiva, para que com isso, consiga aplicar sintonia com o maior número de pessoas possível.
- **Habilidade social:** caracteriza-se pela desenvoltura em relacionamentos interpessoais.

Já para Siqueira, Barbosa e Alves (1999), a percepção dos próprios sentimentos envolve a capacidade de lidar com os próprios sentimentos, avaliando-os e reconhecendo-os, e essa seria a habilidade mais básica da IE.

2.2.4 RELEVÂNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

De acordo com o Weisinger (2001), a falta de inteligência emocional prejudica o progresso e o sucesso do indivíduo dentro da empresa, mas por outro lado, o seu uso pode levar a resultados produtivos, tanto para o indivíduo quanto para a organização. Robert, Florez- Mendoza e Nascimento (2002) confirmam Weisinger (2001), ao dizer que o interesse de muitas empresas pela inteligência emocional se deve ao fato de que pessoas que possuem maior controle emocional provavelmente terão o melhor desempenho no trabalho.

Robbins (2005) ressalta que o empenho emocional considera que os sentimentos são parte do comportamento essencial ao trabalho. Desta forma, o autor sugere que a capacidade de administrar eficazmente as emoções pode ser decisiva para o sucesso.

Cooper e Sawaf (1997, p. 1) afirmam:

Quando você utiliza não apenas a mente analítica, mas também suas emoções e intuição, suas sensações e sua inteligência emocional o capacitam a percorrer em instantes, centenas de possíveis opções e cenários para chegar a melhor solução em questão de segundos em vez de horas.

A inteligência emocional é relevante, porque se associa com o reconhecimento dos sentimentos próprios e de outras pessoas, a administração de emoções, relações e a capacidade de resiliência e otimismo no alcance dos objetivos planejados (QUEIROZ; NERI, 2005).

2.2.5 INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Com base em Weisinger (2001), a Inteligência Emocional no contexto organizacional tem por objetivo diminuir o stress, aumentando a satisfação, a eficiência e a competitividade nas organizações mediante as pessoas que estão inseridas nela. Quando o indivíduo possui aptidões emocionais pode auto motivar-se possibilitando um desempenho diferenciado (GOLEMAN, 1995).

Robbins (2005) declara que as emoções afetam o desempenho no trabalho, com ênfase as emoções negativas, que podem prejudicar o desempenho do profissional. Por isso as organizações preferem eliminá-las do ambiente de trabalho. Para Mayer, Salovey e Caruso (2000) a inteligência emocional pode ser definida como a capacidade de significar as emoções e suas conseqüentes e possíveis relações e reações, além de raciocinar e ser capaz de resolver problemas que envolvam traços emocionais. Abrange a habilidade de perceber, assimilar, avaliar e administrar as emoções.

Conforme Weisinger (2001) como se coloca sua inteligência emocional em prática é reconhecer e reagir às emoções e aos sentimentos alheios, orientando-os para resolver de forma produtiva uma situação problemática e utilizando-os para ajudar os outros a ajudar a si mesmo. E essa capacidade de fazer tudo isso beneficia sua posição na sua empresa – Porque o

indivíduo se torna mais produtivo, encontra consenso e cooperação, como também os outros integrantes da organização, passa a considerá-lo indispensável na equipe, seja em qualquer atividade ou cargo que atue.

Kouzes (1997, p.194) propõe que:

Embora seja algo visivelmente complicado, ajudar as outras pessoas a se ajudarem é uma das práticas mais gratificantes da inteligência emocional: ajudar uma pessoa a aprender, crescer, ser mais produtiva e desenvolver um relacionamento baseado na confiança e na lealdade. Essa capacidade de ajudar os outros e a sua própria inteligência, unidos ajudam a criar uma organização emocionalmente, reduzindo o stress, aumentando a sua satisfação, eficiência e competitividade.

Goleman (1995) constatou que profissionais com melhor desempenho tem como justificativa de seu sucesso mais às suas habilidades comportamentais do que às habilidades aprendidas no meio acadêmico, porque a instabilidade emocional afeta o desempenho do profissional.

O próximo capítulo apresenta informações referentes aos procedimentos metodológicos, informando sobre origem da pesquisa, população, e instrumento para coleta de dados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo objetiva apresentar as informações referentes aos métodos e procedimentos empregados no desenvolver do trabalho. Informa sobre a origem da pesquisa, a população e o instrumento utilizado para a coleta de dados.

3.1 ORIGEM DA PESQUISA

Para Gil (1991) Se faz necessário uma pesquisa na ocasião em que não se possui informações suficientes para se resolver um problema. Assim, com a pesquisa é possível conhecer questões que envolvam determinada situação, seja para a satisfação de algum intuito pessoal ou para encontrar opções de melhorias aplicáveis a essa mesma situação. Esta pesquisa tem como finalidade conhecer a inteligência emocional dos colaboradores da Dafonte Caruaru. O estudo realizado é de origem aplicada, porque o conhecimento produzido possibilita práticas que podem ser aplicadas aos problemas relacionados à IE dos colaboradores.

Em relação às fontes de informação da pesquisa segundo Braga (2004) pode ser qualitativa e quantitativa, delineando-se por aspectos ou problemas específicos, adota em ambas a utilização de questionários e/ou entrevistas. Quanto à natureza dessa pesquisa utilizou-se como base a pesquisa quantitativa, mensurando variáveis, analisando-as e classificando-as, assim produzindo informações com os dados obtidos, dados esses que permitem elaborar pressuposições de forma mais objetiva, contrastando com a pesquisa qualitativa, por oferecer um raciocínio dedutivo mais entendível.

A pesquisa caracteriza-se também como descritiva e exploratória. Descritiva porque ainda segundo Braga (2004) havendo uma análise quantitativa, existe um levantamento de dados e descreve-se o motivo destes dados; exploratória porque investiga um objeto que possui poucas informações a seu respeito, descobrindo novos conhecimentos sobre o mesmo. Como a pesquisa procura salientar a inteligência emocional e criar hipóteses que buscam explicar o porquê da maior ou menor média de inteligência emocional de acordo com cada dado estudado, é ela reconhecida como uma pesquisa além de exploratória descritiva também.

A pesquisa procura descrever e apurar através da população, informações relacionadas e analisadas com técnicas estatísticas, que foram organizadas em tabelas e gráficos para melhor análise e entendimento.

3.2 POPULAÇÃO

A pesquisa foi realizada na Dafonte Veículos Caruaru e teve como o público-alvo os colaboradores dos departamentos de vendas e pós-vendas. Para fins desta pesquisa não se analisou os demais colaboradores dos departamentos: administrativo, estoque, e operacional. O critério utilizado para a definição da população do estudo foi a de optar por colaboradores que trabalhassem com metas e, portanto, tivessem em sua rotina de trabalho a pressão e a cobrança por resultados.

Os colaboradores do departamento de vendas desempenham as seguintes atribuições: venda de carros novos, captação de carros seminovos, venda de agregados como acessórios, e serviços como seguros de veículos, despachante e garantias. Tem a responsabilidade de alcançar metas de carros vendidos, taxa média de financiamento, margem média de lucro, ticket médio de acessórios, e penetração de seguros, garantias e serviço de despachante. Os colaboradores de pós-vendas possuem as seguintes obrigações: captação e manutenção de clientes, acompanhamento da satisfação dos clientes, venda de peças, venda de serviços (mão-de-obra): funilaria e oficina, atendimento de garantia e venda de acessórios. Também possuem indicadores como ticket médio de mão-de-obra, peças e acessórios vendidos, e alto índice de satisfação. Com essas atividades ambos os departamentos possuem uma rotina estressante com o acompanhamento desses indicadores e a cobrança para se atingir as metas.

Seguindo o critério utilizado, foi identificada a quantidade de 41 colaboradores dentre os 72 colaboradores, que totalizam o quadro de funcionários da empresa. Portanto, 41 colaboradores seria a população deste estudo. População é o conjunto de todos os elementos ou resultados sob investigação (BUSSAB, 2002). A pesquisa então foi realizada com a aplicação do questionário com a população (com 100% do público-alvo), caracterizando-se então como censo. Censo é a análise de todos os elementos que compõem uma população (BARBETTA, 2002). Por se tratar de uma população relativamente pequena e compreender 56,94% dos colaboradores, mostrou-se um número significativo perante o número total do quadro de funcionários, sendo mais vantajoso e interessante se fazer o censo.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Segundo Fonseca (2002) a pesquisa quantitativa gera resultados que podem ser quantificados, centram na objetividade, considera que a realidade só pode ser entendida com base na análise de dados brutos, obtidos através de instrumentos padronizados e neutros. Na pesquisa em questão, o instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário que é composto por uma parte demográfica desenvolvida pela autora do estudo, e a parte restante corresponde ao questionário em escala Likert elaborado por Wong e Law (2002), o questionário WLEIS (Wong-Law Emotional Intelligence Test) que foi respondido pelos colaboradores.

O questionário elaborado por Law e Wong, o Wong-Law Teste de Inteligência Emocional é constituído por 16 itens, que estão agrupados com a finalidade de coletar dados sobre: a avaliação das próprias emoções, a avaliação das emoções dos outros, o uso das emoções e a regulação das emoções. O questionário é prático por não ser extenso, não demandando muito tempo, o que ajuda a sua aplicação e está disponível no apêndice A. A escala dos autores tem propriedades psicométricas adequadas e foi experimentada e validada sendo também apropriada para avaliação no Brasil (RODRIGUES; REBELO; COELHO, 2011).

4 ANÁLISE DE DADOS

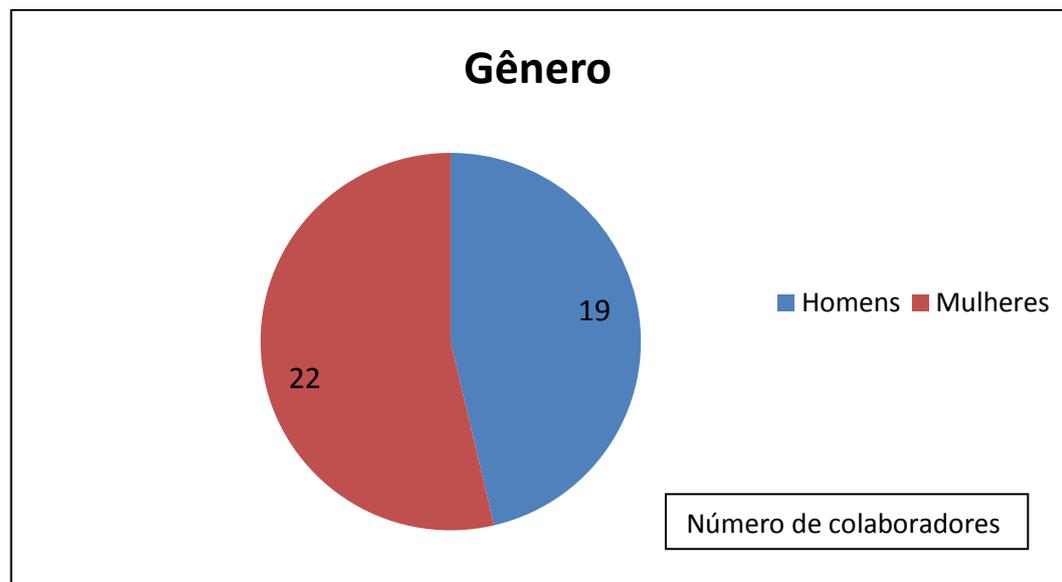
Neste capítulo apresentam-se a análise de dados demográficos e dados relacionados à IE dos colaboradores, sendo analisado primeiramente de forma geral, e posteriormente de maneira separada por departamentos.

4.1 DADOS DEMOGRÁFICOS

Obtida a coleta de dados, foi feita a análise dos mesmos, para poder comparar e organizar a informações. Caracterizamos a população por: gênero, renda média, tempo de trabalho na empresa, escolaridade e por média de idade. Posteriormente foi analisada a IE dos colaboradores em geral, e separadamente por departamento: vendas e pós-vendas, para fim de comparação. A partir dos dados demográficos identificaram-se as informações a seguir.

A população é formada por 41 colaboradores. Foi classificada por gênero masculino e feminino, sendo 19 colaboradores do gênero masculino que corresponde a 46,34% e 22 colaboradores do gênero feminino, correspondendo a 53,66%. Podemos perceber que a população não tem uma diferença significativa entre os gêneros, não havendo nenhuma tendência ou preferência. O gráfico 4.1 representa o número por gênero da população estudada, e o número total da população.

Gráfico 4.1: Gênero da população.



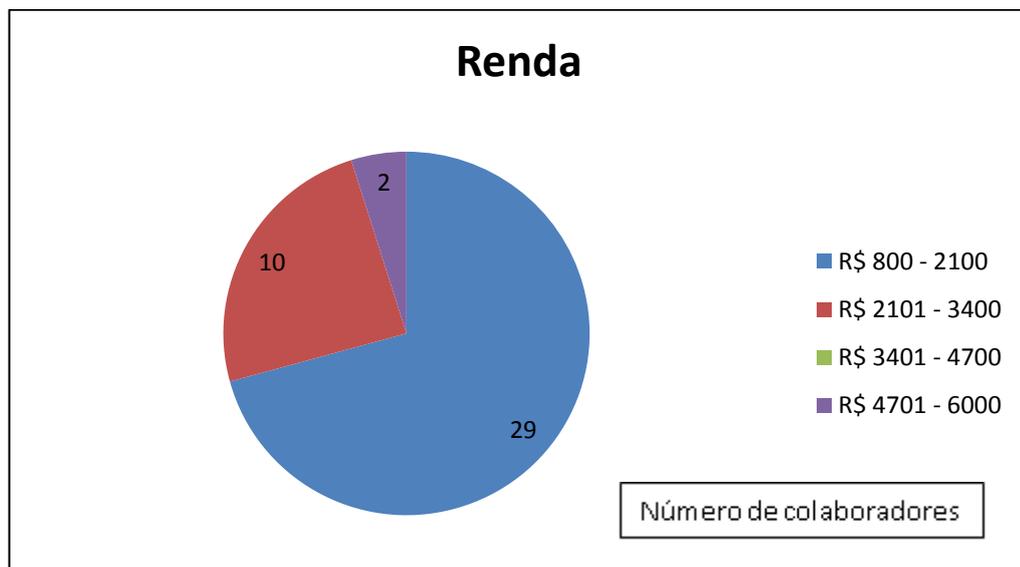
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Quanto à renda, possui uma média geral de R\$1957,73, sendo 49,39% maior que o piso salarial da categoria, segundo o Sindcon-Pe(2016), que é de R\$967,00. Também foi analisada por faixas que têm como intervalo R\$1300, 00, sendo distribuídas em:

- R\$800,00 a R\$2100,00
- R\$2101,00 a R\$3400,00
- R\$ 3401,00 a R\$4700,00
- R\$ 4701,00 a R\$ 6000,00

Que correspondem respectivamente a 70,73%, 24,39%, 0%, e 4,88% da população. Observa-se que há uma distribuição equânime da renda, pois uma parcela considerável da população possui a mesma média de renda, conforme mostra o gráfico 4.2.

Gráfico 4.2: Renda da população



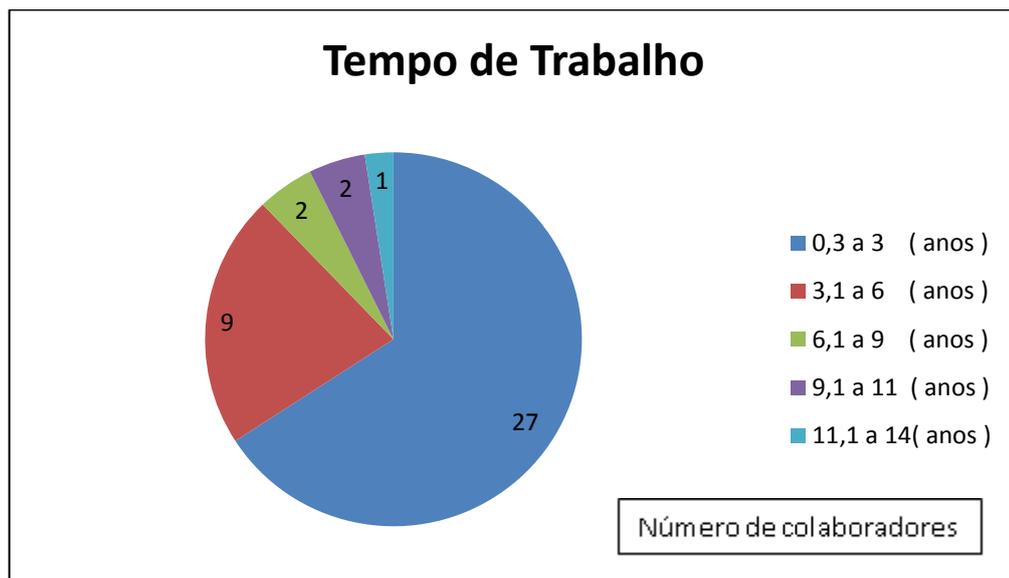
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Foi calculada a média do tempo de trabalho dos colaboradores, (tempo que o colaborador está na empresa) que foi de 3,48 (anos). Também foi analisado estatisticamente a fim de encontrar uma regularidade para definir um intervalo das cinco faixas a serem pesquisadas. Obtiveram-se as seguintes faixas (em ano):

- 1º de (0,3 a 3)
- 2º de (3,1 a 6)
- 3º de (6,1 a 9)
- 4º de (9,1 a 11)
- 5º de (11,1 a 14)

De acordo com o gráfico 4.3, uma parcela de 65,85% da população se enquadra da faixa de (0,3 a 3) anos, o que pode significar uma equipe relativamente nova, diante de 14 anos de existência da organização. Além de ter uma quantidade relevante de colaboradores com a mesma familiaridade de cultura organizacional, porém com forte adaptabilidade a mudanças e novos posicionamentos.

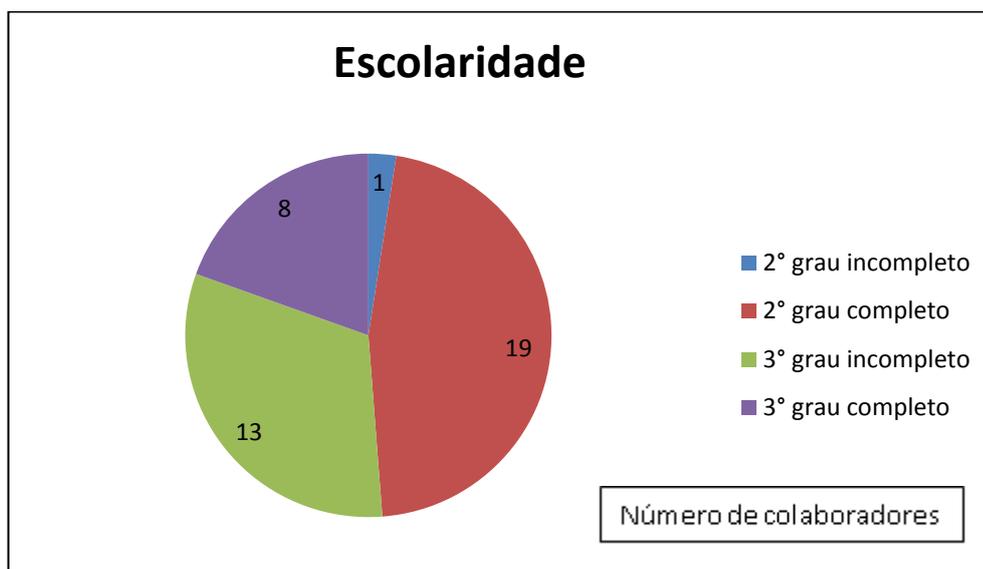
Gráfico 4.3: Tempo de Trabalho da população



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Em relação à escolaridade, foi disposta em: 2º grau incompleto, 2º grau completo, 3º grau incompleto e 3º grau completo, que possuem respectivamente as seguintes porcentagens da população: 2,43%, 46,34%, 31,72% e 19,51%. Os dados demonstram que a empresa tem preferência por colaboradores que possuam o 3º grau em andamento, ou concluído, o que corresponde a 51,21% da população, conforme exhibe o gráfico 4.4.

Gráfico 4.4: Escolaridade da população



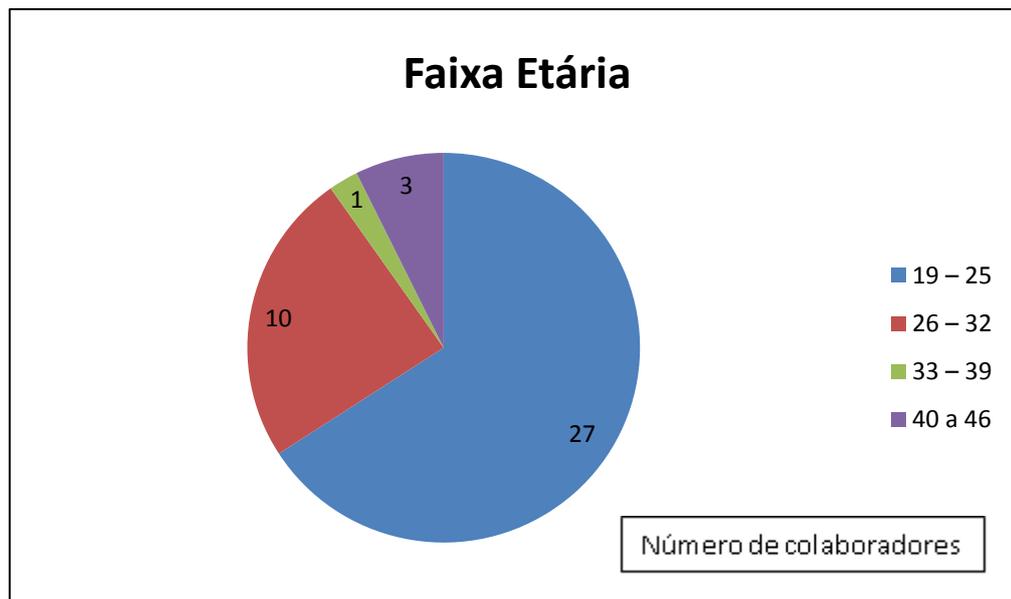
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

E por fim, verificou-se a faixa etária dos colaboradores, mediu-se a idade média que foi de 26 anos, e também separadas por faixas, totalizando quatro faixas. Essas faixas estão distribuídas assim:

- 1º (19 – 25)
- 2º (26 – 32)
- 3º (33 – 39)
- 4º (40 a 46)

Correspondendo a 65,86%, 24,42%, 2,39% e 7,33% respectivamente da população. Como está disposto no gráfico 4.5, é perceptível que boa parte dos colaboradores se encaixa na média geral de 26 anos, o que confirma a hipótese de que haja uma propensão à escolha de um perfil de colaborador jovem que tenha uma formação superior e uma maturidade profissional mais desenvolvida.

Gráfico 4.5: Faixa Etária da população



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Na próxima seção analisam-se as questões relativas à inteligência emocional dos colaboradores, com o questionário Wong-Law Teste de Inteligência Emocional.

4.1.1 ANÁLISE DA IE DOS COLABORADORES

O questionário Wong-Law Teste de Inteligência Emocional é composto por 16 perguntas, que visam identificar dados sobre: a avaliação das próprias emoções, a avaliação das emoções dos outros, o uso das emoções e a regulação das emoções. Cada um desses aspectos é analisado com quatro perguntas, organizadas na tabela 4.1.

É importante salientar que, nas perguntas relacionadas a IE dos colaboradores, tendo como opção a escala Likert que vai de 1- discordo totalmente a 7-concordo totalmente, quanto maior a numeração respondida, proporcionalmente também será maior o nível de percepção de inteligência emocional. Assim utilizou-se a média para poder analisar as variáveis propostas pelo questionário.

Tabela 4.1: Distribuição de perguntas por variáveis

Avaliação das Próprias Emoções
1- Eu tenho uma boa ideia do porquê de cada sentimento que tenho na maioria das vezes. 2- Eu tenho um bom entendimento sobre minhas próprias emoções. 3- Eu realmente entendo o que eu sinto. 4- Eu sempre sei se estou feliz ou não.
Percepção das Emoções dos Outros
1- Eu sempre sei as emoções dos meus amigos pelo comportamento deles. 2- Eu sou um bom observador das emoções alheias. 3- Eu sou sensível aos sentimentos e emoções dos outros. 4- Eu tenho um bom entendimento das emoções das pessoas ao meu redor.
Uso das Emoções
1- Eu sempre traço objetivos para mim mesmo e tento o máximo para completa-los. 2- Eu sempre me falo que sou uma pessoa competente. 3- Eu sou uma pessoa auto motivada. 4- Eu sempre me encorajo a fazer meu melhor.
Regulação das Emoções
1- Eu sou capaz de controlar meu temperamento e lidar com dificuldades racionalmente. 2- Eu sou bem capaz de controlar minhas emoções. 3- Eu posso sempre me acalmar rapidamente quando estou com muita raiva. 4- Eu tenho bom controle das minhas emoções.

Adaptado do autor LAW, K., S.; WONG, C. S.; SONG, L. J. (2004)

É importante salientar que, nas perguntas relacionadas a IE dos colaboradores, tendo como opção a escala Likert que vai de 1- discordo totalmente a 7-concordo totalmente, quanto maior a numeração respondida, proporcionalmente também será maior o nível de percepção de inteligência emocional. Assim utilizou-se a média para poder analisar as variáveis propostas pelo questionário.

4.2 ANÁLISE GERAL DA IE DOS COLABORADORES

Foram analisadas as respostas de acordo com a escala pedida pelo questionário, que vai de 1 a 7, e quanto maior a numeração respondida considera-se maior o nível de percepção de inteligência emocional. Portanto para se analisar de forma geral as variáveis, tirou-se a média das respostas de todos os colaboradores, sendo estruturadas nas tabelas a seguir.

Tabela 4.2: Avaliação das próprias emoções - análise geral

Itens avaliados	Média
1- Eu tenho uma boa ideia do porquê de cada sentimento que tenho na maioria das vezes.	5,39
2- Eu tenho um bom entendimento sobre minhas próprias emoções.	5,36
3- Eu realmente entendo o que eu sinto.	5,39
4- Eu sempre sei se estou feliz ou não.	5,90
	5,51

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Conforme a tabela 4.2 é perceptível que há uma regularidade nas respostas o que acarreta em médias com pouca diferença entre si, além de serem relativamente altas. Entende-se então que os colaboradores possuem um bom nível de avaliação das próprias emoções em todos os quesitos analisados pela variável. Fatores como feedbacks, análise de suas atribuições, treinamentos e uma divisão objetiva das atividades, criando uma rotina estável, além de aspectos pessoais como experiência de vida e conceitos e valores familiares podem influenciar na simetria dos resultados. Nessa variável os colaboradores tem uma média geral de 5,51.

Na variável Percepção das emoções dos outros, a média geral é de 5,01, menor que a variável anteriormente analisada, e possui uma diferença maior entre as médias. Há, portanto uma regularidade menor entre as respostas, o que aponta uma falta de compreensão dos colaboradores em identificar a causa de comportamentos dos outros e fatores que influenciam o ambiente e as pessoas inseridas nele, no entanto são sensíveis e empáticos com situações e sentimentos alheios. Precisando melhorar o entendimento dos mesmos. Conforme demonstra a tabela 4.3.

Tabela 4.3: Percepção das emoções dos outros - análise geral

Itens avaliados	Média
1- Eu sempre sei as emoções dos meus amigos pelo comportamento deles.	4,68
2- Eu sou um bom observador das emoções alheias.	5,31
3- Eu sou sensível aos sentimentos e emoções dos outros.	5,17
4- Eu tenho um bom entendimento das emoções das pessoas ao meu redor.	4,90
	5,01

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Em relação a variável uso das emoções, de acordo com a tabela 4.4, tem uma média maior comparando-se as outras variáveis, com a média geral de 5,70, sendo a que mais se destaca na percepção de IE dos colaboradores. Observa-se que os colaboradores acreditam em uma clareza objetiva que possuem no uso de suas emoções, com uma boa capacidade de se motivar, reconhecer e usar suas competências a seu favor além de melhorar suas habilidades para o autodesenvolvimento. Salienta-se a prática de fazer o seu melhor em tudo que desempenha.

Tabela 4.4: Uso das Emoções - análise geral

Itens avaliados	Média
1- Eu sempre traço objetivos para mim mesmo e tento o máximo para completa-los.	5,60
2- Eu sempre me falo que sou uma pessoa competente.	5,63
3- Eu sou uma pessoa auto motivada.	5,46
4- Eu sempre me encorajo a fazer meu melhor.	6,14
	5,70

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Quanto à variável regulação das emoções, obtive a menor média geral, sendo 4,74, demonstrando que essa variável é a menos desenvolvida na percepção de IE dos colaboradores, tendo também uma diferença maior entre as médias de cada pergunta, como mostra a tabela 4.5. Pode-se concluir então, que esta variável nas percepção dos colaboradores é a menos desenvolvida, embora eles tenham uma boa avaliação das próprias emoções, ainda não conseguem regula-las e administra-las. Fatores atípicos na vida profissional/pessoal, situações de alta pressão, controle imediato de sentimentos intensos como raiva, indignação e estresse nessas situações, podem ser a causa para essa variável ser a menor entre todas as analisadas.

Nas variáveis analisadas, a que mais se sobressai é do uso das emoções, pois possui a maior média entre todas (5,70). Esta variável diz respeito à aptidão pessoal para entender as próprias emoções e as expressa-las de forma natural e verdadeira. A avaliação das próprias emoções apresenta a segunda maior média (5,51) e corresponde a capacidade do indivíduo para direcionar as suas emoções a fim de facilitar e/ou melhorar o seu desempenho nas atividades que executa. A terceira maior média ficou com a percepção das emoções dos outros, com (5,01) que se relaciona com a habilidade de perceber e compreender a emoções alheias, este processo possibilita aos indivíduos o desenvolvimento de uma sensibilidade

maior em relação às emoções dos outros e sejam capazes de prever de forma mais efetiva o seu acontecimento. A última e menor média ficou com a regulação das Emoções com uma média geral de (4,74) que tem a ver com a capacidade de regular as próprias emoções, o controle das mesmas e uma rápida transição dos estados emocionais negativos para estados afetivos positivos.

Tabela 4.5: Regulação das Emoções – análise geral

Itens avaliados	Média
1- Eu sou capaz de controlar meu temperamento e lidar com dificuldades racionalmente.	5,02
2- Eu sou bem capaz de controlar minhas emoções.	4,90
3- Eu posso sempre me acalmar rapidamente quando estou com muita raiva.	4,29
4- Eu tenho bom controle das minhas emoções.	4,75
	4,74

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Conclui-se que os colaboradores possuem um boa sensibilidade em relação às emoções das outras pessoas e têm um melhor entendimento e percepção de suas próprias emoções, as avaliam de maneira satisfatórias, porém, não conseguem ter um bom controle sobre elas, não conseguindo domina-las com eficácia em todas as situações.

4.3 ANÁLISE DA IE DOS COLABORADORES DE VENDAS E PÓS-VENDAS

Analisou-se a percepção dos colaboradores por departamento para fins comparativos. Extraímos as médias das respostas dos colaboradores por departamento, obteve-se a média geral das quatro variáveis investigadas. Sendo ordenadas nas tabelas a seguir.

Tabela 4.6: Avaliação das próprias emoções - análise por departamentos

Itens avaliados	Vendas	Pós-Vendas	Total
1- Eu tenho uma boa ideia do porquê de cada sentimento que tenho na maioria das vezes.	5,42	5,35	5,38
2- Eu tenho um bom entendimento sobre minhas próprias emoções.	5,61	5,10	5,35
3- Eu realmente entendo o que eu sinto.	5,14	5,65	5,39
4- Eu sempre sei se estou feliz ou não.	6,23	5,55	5,89
	5,60	5,41	5,50

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

De acordo com a tabela 4.6, podemos ver que na avaliação das próprias emoções, os colaboradores de vendas possuem uma média geral maior, com a diferença de 0,19, correspondendo a 3,4% a mais que a média geral dos colaboradores de pós-vendas. Com relação às médias dos itens avaliados apenas no terceiro item os colaboradores de pós-vendas têm uma média superior a vendas, com 9,03% maior. Nos outros itens as médias dos colaboradores de vendas são maiores na comparação com as médias dos colaboradores de pós-vendas. Estatisticamente podemos concluir que nesta variável, os colaboradores de vendas possuem um desempenho melhor, e isso pode ser resultado de uma frequente avaliação de desempenho realizada tanto pelos gestores, como o feedback dos clientes. Esta avaliação é uma exigência da GM que entra em contato com os clientes medindo o grau de satisfação do atendimento feito pela concessionária, e esta análise é voltada para o setor de vendas. Esta prática permite que os colaboradores tenham uma visão melhor e atualizada de como se comportam e como isso afeta as suas relações sociais, podendo assim ter uma melhor compreensão de suas emoções e o resultado delas.

Analisando a tabela 4.7, observa-se que a maioria dos itens, as médias das respostas dos colaboradores de vendas são maiores que as de pós-vendas, e a média geral ficou em 3,92% superior. Nesta variável os colaboradores de vendas possuem uma percepção das emoções dos outros um pouco melhor em relação aos colaboradores de pós-vendas. Este

resultado deve-se supostamente a rotina de trabalho e as atribuições dos colaboradores de vendas que fazem uso da persuasão, de um atendimento personalizado, e necessitam entender as necessidades e desejos dos clientes para venderem. Portanto precisam compreender com mais eficácia as emoções alheias, pois isto está diretamente relacionado à função de vendas.

Tabela 4.7: Percepção das emoções dos outros - análise por departamentos

Itens avaliados	Vendas	Pós-Vendas	Total
1- Eu sempre sei as emoções dos meus amigos pelo comportamento deles.	4,66	4,70	4,68
2- Eu sou um bom observador das emoções alheias.	5,61	5,00	5,30
3- Eu sou sensível aos sentimentos e emoções dos outros.	5,04	5,30	5,17
4- Eu tenho um bom entendimento das emoções das pessoas ao meu redor.	5,14	4,65	4,89
	5,11	4,91	5,01

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Observando a tabela 4.8, percebe-se que nesta variável os colaboradores de pós-vendas têm um desempenho melhor que os colaboradores de vendas, sendo 1,4% maior na média geral. Analisando as médias dos itens separadamente, apenas no item 4 há uma média superior dos colaboradores de vendas sendo 3,36% maior que de pós-vendas. Esse rendimento mais satisfatório pode estar relacionado com a disposição das atividades e objetivos profissionais. As metas são estruturadas de forma individual (por colaborador) e de forma coletiva (todos os colaboradores), sendo a meta geral a mais cobrada e relevante, e a meta individual servindo de parâmetro para avaliação de desempenho. Atingindo-se a meta geral, ganham-se bonificações, assim se torna mais vantajoso empenhar-se para atingir a meta geral. Deduzindo que a meta coletiva exige um esforço mútuo, os colaboradores se ajudam e fazem uso de suas emoções para estimular a motivação geral, assim todos trabalham de maneira

igualitária, sem que nenhum colaborador se esforce mais e porventura outro tenha um empenho menor para alcançar o objetivo. Diferentemente dos colaboradores de vendas, que possuem a meta geral e a individual, sendo mais avaliados e cobrados por sua meta pessoal, fora o fato de que como trabalham condicionados por comissão, quanto mais vendem, mais ganham. Há uma tendência em se esforçar para alcançar a meta individual, pois mesmo não atingindo o resultado geral, recebem bonificações pelo objetivo individual atingido. Esta condição cria uma competição na equipe, o que dificulta uma ideia de conjunto, assim, os colaboradores de pós-vendas tendem a ter um uso das emoções melhor.

Tabela 4.8: Uso das Emoções - análise por departamentos

Itens avaliados	Vendas	Pós-Vendas	Total
1- Eu sempre traço objetivos para mim mesmo e tento o máximo para completa-los.	5,38	5,85	5,61
2- Eu sempre me falo que sou uma pessoa competente.	5,76	5,50	5,63
3- Eu sou uma pessoa auto motivada.	5,52	5,41	5,46
4- Eu sempre me encorajo a fazer meu melhor.	6,04	6,25	6,14
	5,67	5,75	5,71

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

Conforme a tabela 4.9, embora haja duas médias maiores dos colaboradores de vendas em comparação as médias de pós-vendas, os colaboradores de pós-vendas possuem uma média geral superior em 0,43%, mostrando que nesta variável, ambos os departamentos possuem um desenvolvimento bastante equilibrado e aproximado. Porém estatisticamente, os colaboradores de pós-vendas possuem uma média relativamente maior. Por ser uma diferença muito pequena, considerou-se que nesta variável os colaboradores possuem um desempenho parecido, não havendo destaque para um departamento. Esta foi a variável que teve a menor média tanto dos colaboradores de vendas quanto pós-vendas, e também teve a média mais próxima. Esse resultado pode estar associado a questões pessoais de personalidade, e

autoconhecimento que precisam ser entendidas e melhor desenvolvidas, que ocasionaram numa regulação de suas emoções de maneira moderada. Quanto à conduta disseminada pela empresa, defende-se uma postura profissional, íntegra, respeitosa, ética, responsável e clara. É cobrado dos colaboradores sempre que se resolvam os problemas evitando-se qualquer constrangimento ou insatisfação do cliente, devendo-se medir palavras e atitudes, para que isso não interfira na qualidade do serviço e na avaliação por parte do cliente. Este fator pode ter contribuído para a regularidade e proximidade das médias.

Tabela 4.9: Regulação das Emoções – análise geral por departamentos

Itens avaliados	Vendas	Pós-Vendas	Total
1- Eu sou capaz de controlar meu temperamento e lidar com dificuldades racionalmente.	5,04	5,01	5,02
2- Eu sou bem capaz de controlar minhas emoções.	4,95	4,85	4,90
3- Eu posso sempre me acalmar rapidamente quando estou com muita raiva.	4,23	4,35	4,29
4- Eu tenho bom controle das minhas emoções.	4,71	4,80	4,75
	4,73	4,75	4,74

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo inclui as conclusões acerca da pesquisa, as limitações do estudo efetuado e sugestões para novas pesquisas.

5.1 CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como finalidade investigar a percepção de inteligência emocional que os colaboradores da Dafonte veículos Caruaru tem de si mesmos. A inteligência emocional por ser um assunto relativamente novo, e ainda pouco abordado, deve ser mais estudado e pesquisado, assim, esta pesquisa foi relevante por agregar mais conhecimento ao tema, uma vez que, se fez uma pesquisa no âmbito profissional, entrevistando colaboradores de uma concessionária, atuando em um ambiente que se encontra em outras organizações. Também vale salientar que foi pesquisada uma população com níveis de escolaridade, faixa etária, gênero, renda e tempo de trabalho diferentes, conhecendo diversas realidades, de acordo com uma população rica em diversidade de variáveis, abrindo a possibilidade de se analisar a IE em diferentes aspectos.

A pesquisa analisou dados demográficos e variáveis relacionadas à IE dos colaboradores, analisando de maneira mais ampla a população. Como o número da população evidenciou-se significativamente em relação ao universo, e era uma população pequena tornou-se mais vantajoso realizar o censo, não havendo margem para erros e obtendo-se uma pesquisa mais completa, o que de certa forma aumenta sua credibilidade. Tinham-se como objetivos identificar como os colaboradores relacionam esse tema ao cotidiano, analisar como usam a sua inteligência emocional no ambiente de trabalho, determinar o nível médio de percepção de inteligência emocional dos colaboradores e comparar o nível de percepção dos colaboradores de vendas e pós-vendas. Pesquisa realizada, foi possível atingir os objetivos propostos e obter resultados que podem ser utilizados para melhorar a visão da empresa sobre as práticas realizadas e aos colaboradores sobre como podem desenvolver suas habilidades.

Pôde-se concluir que os colaboradores possuem uma percepção moderada e satisfatória sobre o assunto, entendem suas habilidades e capacidades, e as utilizam principalmente na tomada de decisão e no manejo de situações cotidianas, precisando desenvolvê-las melhor para abranger outros aspectos da vida. Em relação ao ambiente de

trabalho, compreendem bem suas atividades e atribuições, e procuram agir racionalmente, utilizando sua inteligência emocional para avaliar e usar suas emoções a seu favor, em uma interação de aspectos pessoais com o ambiente profissional. Com o questionário aplicado, tornou-se possível determinar o nível médio geral de percepção de inteligência emocional dos colaboradores, que foi de 5,23. A média por departamento teve como resultado 5,20, dos colaboradores de pós-vendas e 5,27 dos colaboradores de vendas, como pode se observar na tabela 5.1. Conclui-se que por ser 1,34% maior a média dos colaboradores de vendas em relação à pós-vendas, sendo uma diferença irrisória, e pelo fato de o departamento de vendas ter um colaborador a mais, estatisticamente seria óbvio que a média de vendas seria maior, portanto o nível de percepção de inteligência emocional dos departamentos está equilibrado e muito próximo.

Tabela 5.1 – Média geral e médias por departamento

Variáveis	Avaliação das Próprias Emoções	Percepção das Emoções dos Outros	Uso das Emoções	Regulação das Emoções	Média Geral
Vendas	5,60	5,11	5,67	4,73	5,27
Pós-vendas	5,41	4,91	5,75	4,75	5,20
Média	5,50	5,01	5,71	4,74	5,23

Fonte: Pesquisa de campo (2016).

O que se pôde constatar foi que, em relação às variáveis avaliadas pelo questionário, os colaboradores de vendas possuem uma avaliação das próprias emoções e percepção das emoções dos outros melhor que os colaboradores de pós-vendas, enquanto os colaboradores de pós-vendas apresentam um uso das emoções mais satisfatório comparado aos colaboradores de vendas. Na regulação das emoções os colaboradores dos dois departamentos têm o mesmo nível de percepção. Infere-se então, que os colaboradores de vendas teriam um nível de percepção maior de inteligência por se sobressair em duas variáveis e se equilibrar em uma variável com os colaboradores de pós-vendas, enquanto os colaboradores de pós-vendas só se ressaltam em apenas uma variável. Porém nessa comparação, não há diferenças significativas, mantendo um nível bem regular e equitativo, o que se evidencia é uma melhor desenvoltura dos colaboradores em diferentes aspectos da IE, o que se torna interessante por

demonstrar como a IE pode ser utilizada em vários aspectos e como pode se adaptar a diversas situações.

5.2 LIMITAÇÕES

Por ser um tema relativamente atual, ainda está em construção, e não há um conceito absoluto, existindo muitas vertentes e teorias sobre o assunto, e se torna um pouco complicado ter uma linha de estudo usando apenas um autor, precisando pesquisar e se utilizar de conceitos de várias áreas afins. Por este motivo também é difícil se ter um teste completo e que possa ser considerado uma medida única e confiável, dependendo do objetivo da pesquisa, seja necessário criar um questionário. O questionário utilizado na pesquisa em questão WLEIS (Wong-Law Emotional Intelligence Scale) é autorrelato, o que pode influenciar os resultados pela subjetividade das respostas, pois cada resposta é uma avaliação pessoal que deve ser justa e fiel em relação as suas impressões pessoais e alheias.

Em algumas situações se torna necessário também uma prévia explicação sobre o tema, para que o entrevistado tenha consciência sobre o que se reporta o questionário, se tratando de uma amostra ou população numerosa, pode atrapalhar a aplicação dos mesmos, é preciso que se tenha um questionário simples, objetivo e claro, como o questionário usado nesta pesquisa.

5.3 RECOMENDAÇÕES

A pesquisa abordou a inteligência emocional no âmbito profissional, analisando colaboradores de uma concessionária, e é interessante para que se agregue mais conhecimento ao tema, que também seja realizada pesquisas em outras áreas como a acadêmica e pessoal, podendo ser analisada por faixa etária, gênero e escolaridade dos indivíduos por exemplo.

Foram analisados os colaboradores de uma concessionária, podendo ser feito e adaptado esse estudo para outras empresas do mesmo ramo de atividade, para fins de comparação de práticas e assim entender como este ambiente interfere na percepção de IE das pessoas.

Seria interessante também estudos com concessionárias de outras regiões podendo descobrir como a diferença de comportamento, cultura e práticas interferem na percepção de IE, e nas relações profissionais das pessoas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F.J.; SOBRAL, F. J. B. Emoções, inteligência e negociação: um estudo empírico sobre a percepção dos gerentes portugueses. **RAC**, Curitiba, v.9, n.4, p.930, out./dez.2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v9n4/v9n4a02.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2016.
- BARBETTA, P.A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. 5. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2002.
- BARON, R. **The BarOn Emotional Quotient Inventory (BarOn EQ-i)**. Toronto, ON: Multi-Health Systems Inc, 1997. Disponível em: <https://hpsys.com/PDFs/EQ-i_Info_Page.pdf>. Acesso em: 12 de ago. 2016.
- BERGAMINI, C.W. **Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BOENTE, A.; BRAGA, G.; **Metodologia científica contemporânea**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.
- BUSSAB, W. O.; MORETTIN, P. A. **Estatística Básica**. 5. Ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CHABOT, D.; CHABOT, M. **Pedagogia emocional, sentir para aprender como incorporar a inteligência emocional às suas estratégias de ensino**. Sá editora, 2006.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos Recursos Humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- CHEVROLET, **Momentos Históricos**. Disponível em <<http://www.chevrolet.com.br/sobre-a-gm/momentos-historicos-chevrolet-brasil.html>> Acesso em 18 de jun. 2016 a.
- CHEVROLET, **Sobre a GM**. Disponível em :<<http://www.chevrolet.com.br/universo-chevrolet/sobre-a-gm/a-companhia.html>> Acesso em 18 de jun. 2016 b.
- COOPER, R. K.; SAWAF, A. **Inteligência emocional na empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

DUTRA, J. S. **Gestão de Pessoas**. Modelos, Processos, Tendências e Perspectivas. São Paulo: Atlas, 2002.

ELSTER, J. **Reason and Rationality**. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

ÉPOCA, Para GM, crise atual na indústria automobilística é pior do que a de 2008. **Revista ÉPOCA**. Disponível em:

<<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2015/05/para-gm-crise-atual-na-industria-automobilistica-e-pior-do-que-de-2008.html>> Acesso em 02 de ago. 2016.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Estratégias empresariais e formação de competências um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.

FRANÇA, A. C. L. **Prática de recursos humanos (PRH): conceitos, ferramentas e procedimentos**. São Paulo: Atlas, 2011.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FORGAS, J. P. **The affect infusion model (AIM): Review and an integrative theory of mood effects on judgment**. Psychological Bulletin. n.117, p. 39-66, 1995.

GAMA, M. C. S. **Educação de Superdotados: Teoria e Prática**. São Paulo: EPU, 2006.

GARDENSWARTZ, L. **Inteligência emocional na gestão de resultados**. São Paulo: Clio Editora, 2012.

GARDNER, H. **Inteligência: um conceito reformulado**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GARDNER, H. **Inteligências múltiplas: a teoria na prática**. (Trad. M. A. V. Veronese) Porto-Alegre, RS: Artes Médicas, 1994.

GIL, A. C. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GLOBO, **Veja a linha do tempo da crise da GM**. Disponível em: <<http://g1.com/Noticias/Carros/0,,MUL1177951-9658,00-VEJA+A+LINHA+DO+TEMPO+DA+CRISE+DA+GM.html>> Acesso em 2 de jul. 2016.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente**. 69 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional** (M. Santarrita, Trad.). Rio de Janeiro: Objetiva. (1997).

GOLEMAN, D. **Trabalhando com a inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

GOLEMAN, D. **Trabalhando com a Inteligência Emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KOUZES, J. M.; POSNER, B. Z. **O desafio da liderança**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. Atlas [S.l.] *ISBN 9788522457588*. , p. 28) 2010.

MATTHEWS, G.; ZEIDNER, M.; ROBERTS, R. D. **Emotional intelligence: science and myth**. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 2002. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=Fy9gXBgREtQC&oi=fnd&pg=PR11&dq=%22Emotional+intelligence:+science+and+myth%22+roberts&ots=lrnQvRhHHH&sig=u5NcjIwnGeekbZtonmXtWIVQDvU>>. Acesso em: 02 de abr. 2016

MAYER, J. D.; SALOVEY P. **Que és la inteligencia emocional?** In J. M. M., Navas; P. F., Berrocal (Coord.) Manual de inteligência emocional, p. 25-45, 2007. Madrid: Anaya. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=275716>>. Acesso em: 7 de set. 2016.

MAYER, J. D.; SALOVEY P.; CARUSO, D. R. **Models of emotional intelligence**. In Stenberg, R. J. Handbook of intelligence. Cambridge. New York, p. 396-420, 2000. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=HvXLCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=.+Models+of+emotional+intelligence.In+Stenberg,+R.+J.+Handbook+of+intelligence&ots=F5ynRVhaxQ&sig=vbsv-b4Pbieffias1d4vpmIfvBc>> Acesso em: 11 de set. 2016.

MAYER, J. D., DIPAOLO, M. T., SALOVEY, P. **Perceiving affective content in ambiguous visual stimuli: A component of emotional intelligence.** Journal of Personality Assessment, n.54, p. 772-781, 1990.

MAYER, J. D., SALOVEY, P., & CARUSO, D. R. **Emotional Intelligence Test (MSCEIT) user's manual.** Toronto, Canada: MHS, 2002.

MAYER, J. D., & GEHER, G. **Emotional Intelligence and the identification of emotion.** Intelligence, n.22, p. 89-113, 1996.

MIRANDA, R. L. **Além da inteligência emocional.** Rio de Janeiro:Campus,1997.

NASCIMENTO, S.H. **As relações entre inteligência emocional e bem estar no trabalho.** São Bernardo do Campo, 2006. Disponível em:<<http://tede.metodista.br/jspui/handler/1279>> Acesso em: 29 de ago. 2016.

OLIVEIRA, H. **Uma Breve História do Conhecimento e de sua Proteção: Aspectos da Inteligência e da Propriedade Intelectual,** 2. ed. Fundac, Belo Horizonte, 2009.

PINTO, A. C. **Psicologia Geral.** Lisboa: Universidade Aberta. 2001. Disponível em: <<http://repositorioaberto.univ-ab.pt/bitstam/10400.2/1529/1/Dissertação>> Acesso em: 24 de set. 2016.

PISANI, E. M. et al. **Psicologia Geral.** 9. ed. Porto Alegre, Editora Vozes, 1990.

QUEIROZ, N. C.; NERI, A. L. **Bem-estar psicológico e inteligência emocional entre homens e mulheres na meia-idade e na velhice.** Psicologia Reflexão e Crítica, v. 18, n. 2, p. 292-299, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/prc/v18n2/27481.pdf>>. Acesso em: 15 de set. 2016.

REEVE, J. **Motivação e emoção.** Rio de Janeiro: LTC, 2006.

ROBERTS, R. D.; FLRES-MENDOZA, C. E.; NASCIMENTO, E. **Inteligência emocional: um constructo científico?** Paidéia, v. 12, n. 23, p. 77-92, 2002. Disponível em: ≤ <http://www.academia.edu/download/30676717/06.pdf>>. Acesso em: 13 de set. 2016

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional.** São Paulo: Pearson Prenuce Hall, 2005.

RODRIGUES, N.; REBELO, T.; COELHO, J. V. **Adaptação da escala de inteligência emocional de Wong e Law (WLEIS) e análise de sua estrutura factorial e fiabilidade numa amostra portuguesa.** *Psychologica*, v. 55, p.189-207, 2011. Disponível em:<<http://iduc.uc.pt/index.php/psychologica/article/view/1127>>. Acesso em: 19 de set. 2016.

RYBACK, D. **Emoção no local de trabalho: o sucesso do líder não depende só do Q.I.** São Paulo: Cultrix, 2000.

SEBRAE, **Boletim de inteligência.** Sistema de inteligência de Mercado – relatório outubro. (2015). Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/Bds/bds.nsf/f9087ff9c7f6da378eb8fb1f151fc79e/\\$File/5792.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/Bds/bds.nsf/f9087ff9c7f6da378eb8fb1f151fc79e/$File/5792.pdf)> Acesso em: 28 de jun. 2016.

SINDCONPE, **Convenção coletiva 2016.** Disponível em: <<http://www.sindconpe.com.br/wp-content/uploads/2016/05/CCT-CARUARU-E-AGRESTE-2016.2017.pdf>> Acesso em 19 de out. 2016.

SIQUEIRA, M. M. M., BARBOSA, N. C.; ALVES, M. T. **Construção e validação fatorial de uma medida de inteligência emocional.** *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. v.15, 143-152, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v15n2/a07v15n2>>. Acesso em: 15 de ago. 2016.

SMITH, C. A.; LAZARUS, R. S. **Emotion and Adaptation.** Vanderbilt University, 1990. Disponível em: <<http://ict.usc.edu/~gratch/CSCI534/Readings/Smith&Lazarus90.pdf>> Acesso em: 10 de set. 2016.

STEINER, C. M.; PERRY, P. **Educação emocional.** 3. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

STERNBERG, R. J. **Successful intelligence.** New York: Plume.1997.

SCHWARZ, R. **Um mestre na periferia do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

TACHIZAWA, T.; FERREIRA, V. C. P.; FORTUNA, A. A. M. **Gestão com Pessoas: Uma abordagem aplicada às estratégias de negócios.** Rio de Janeiro: FGV, 2001.

WEISINGER, H. **Inteligência Emocional no trabalho.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

VEJA, Crise atual na indústria automobilista. **Revista Veja**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/economia/crise-atual-na-industria-automobilistica-e-pior-do-que-a-de-2008-diz-gm/> Acesso em 15 de jul. 2016.

ANEXO- QUESTIONÁRIO WLEIS ORIGINAL

The 16 items in WLEIS are as follows:

Self-Emotions appraisal (SEA)

1. I have a good sense of why I have certain feelings most of the time.
2. I have good understanding of my own emotions.
3. I really understand what I feel.
4. I always know whether or not I am happy

Others-Emotion Appraise (OEA)

5. I always know my friends' emotions from their behavior.
6. I am a good observer of others' emotions.
7. I am sensitive to the feelings and emotions of others' .
8. I have good understanding of the emotions of the people around me.

Use of Emotion (UOE)

9. I always set goals for myself and then try my best to achieve them.
10. I always tell myself I am a competent person.
11. I am a self-motivated person.
12. I would always encourage myself to try my best.

Regulation of Emotion (ROE)

13. I am able to control my temp so that I can handle difficulties rationally.
14. I am quite capable of controlling my own emotions.
15. I am calms down quickly when I am very angry.
16. I have good control of my own emotions.

Fonte: Law, K., S.; Wong, C. S.; Song, L. J. (2004)

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO APLICADO

QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS

A presente pesquisa refere-se à Inteligência Emocional e será utilizada para a elaboração do Trabalho de Conclusão de curso orientado pelo professor Luiz Sebastião.

Erika Tavares de Aquino – Aluna do curso de Administração na Universidade Federal de Pernambuco – Centro acadêmico do Agreste.

- 1- Qual seu gênero? () Feminino () Masculino
- 2- Qual sua idade? _____
- 3- Qual sua escolaridade? () 1º grau incompleto () 1º grau completo () 2º grau incompleto
() 2º grau completo () 3º grau incompleto () 3º grau completo
- 4- Quanto tempo você trabalha na empresa? _____
- 5- Qual a sua renda média? _____
- 6- Qual departamento você trabalha? () Vendas () Pós-Vendas

Marque um “x” na nota que você daria.

De um a sete: 1- Discordo Completamente e 7- Concordo Completamente

		1	2	3	4	5	6	7
1	Eu tenho uma boa ideia do porquê de cada sentimento que tenho na maioria das vezes.							
2	Eu tenho um bom entendimento sobre minhas próprias emoções.							
3	Eu realmente entendo o que eu sinto.							
4	Eu sempre sei se estou feliz ou não.							
5	Eu sempre sei as emoções dos meus amigos pelo comportamento deles.							
6	Eu sou um bom observador das emoções alheias.							
7	Eu sou sensível aos sentimentos e emoções dos outros.							
8	Eu tenho um bom entendimento das emoções das pessoas ao meu redor.							
9	Eu sempre traço objetivos para mim mesmo e tento o máximo para completá-los.							
10	Eu sempre me falo que sou uma pessoa competente.							
11	Eu sou uma pessoa auto motivada.							
12	Eu sempre me encorajo a fazer meu melhor.							
13	Eu sou capaz de controlar meu temperamento e lidar com dificuldades racionalmente.							
14	Eu sou bem capaz de controlar minhas emoções.							
15	Eu posso sempre me acalmar rapidamente quando estou com muita raiva.							
16	Eu tenho bom controle das minhas emoções.							

Obrigada pela sua colaboração