



CONEPA

CONGRESSO NACIONAL DE ESTUDANTES
E PROFISSIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO

ANAIS CIENTÍFICOS

I CONEPA 2018

I CONEPA - Salvador/BA
21 e 22 de Setembro de 2018
Fiesta Bahia Hotel



I CONGRESSO NACIONAL DE ESTUDANTES E PROFISSIONAIS DE ADMINISTRAÇÃO
21 e 22 de Setembro de 2018 - SALVADOR/BA
FIESTA BAHIA HOTEL

ANAIS DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS

Este documento tem por finalidade publicar os artigos científicos apresentados oralmente em formato de pôster no I Congresso Nacional de Estudantes e Profissionais de Administração (CONEPA) 2018, através do website oficial do congresso.

Todos os presentes textos em formato de artigos científicos foram produzidos exclusivamente pelos autores, e que são responsáveis legais por seus conteúdos, informações, dados apresentados e/ou por eventuais contestações de direito por parte de terceiros.

A Direção Geral e a Coordenação Científica do I Congresso Nacional de Estudantes e Profissionais de Administração (CONEPA) 2018 não se responsabilizam por consequências decorrentes do uso de quaisquer dados, afirmações e/ou opiniões inexatas ou que conduzam a erro publicado nos presentes artigos científico.

O I Congresso Nacional de Estudantes e Profissionais de Administração (CONEPA) 2018, está enquadrado no ISSN (International Standard Serial Number) que se refere ao Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas através do código numérico de 8 dígitos e de validade internacional, atribuído ao cargo do Centro Brasileiro do ISSN (CBISSN), sob a responsabilidade do Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia (IBICT). Em parceria com a Revista Científica VALORE, o I CONEPA está enquadrado sob o ISSN: 2526-043X (Publicações Eletrônicas) e ISSN: 2525-9008 (Publicações Impressas).

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte destes textos dos artigos científicos publicados nos anais da do I Congresso Nacional de Estudantes e Profissionais de Administração (CONEPA) 2018 podem ser reproduzida, arquivada ou transmitida, em qualquer forma ou por qualquer meio, sem a devida permissão e /ou autorização da organizadora do evento Grupo FNS.

COMISSÃO ORGANIZADORA DO EVENTO

DIRETORIA GERAL

Fábio Neves da Silva

GERÊNCIA DE TURISMO

Jaciara dos Santos Guimarães

COORDENAÇÃO DE ATENDIMENTO

Amanda Fernandes Lima

Gabriela Barros da Silva

Jamile Cruz de Oliveira

Thaís dos Santos Pimentel

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Adrielle da Silva Nascimento

Gabriella Maia Almeida

Luma Mattos de Souza

Paulo Ramon Santana de Lima

COORDENAÇÃO COMERCIAL

Ilzanete Teles dos Santos

Laura da Costa Silva

Leonardo Mitsuo Watanabe Magalhães

Tamara Monique Pereira da Cunha

COORDENAÇÃO DE MARKETING

Ariana Santos Fernando de Oliveira

Iris Gomes Nunes de Lima

Matheus Coutinho Leal

Suzane Maciel dos Santos

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO

Danielle Bastos Cintra

Leonardo Santos Falcão

Jeovan Miranda Santiago

COORDENAÇÃO DE PLANEJAMENTO

Danielle Bastos Cintra
Louise Elza dos Santos
Lorena Lima de Jesus Carauna

SUPORTE TÉCNICO

Daniel Menezes Castro Silva
Wellington Santos do Rosário

AVALIADORES E AVALIADORAS

Aline Oliveira Silva Rosário
André Luis Rocha de Souza
Caroline Stefane Souza Santos Bastos
Haroldo Claudio Sande de Oliveira Peon
Heitor Ferrari Marback
Inamarcia de Moraes Sousa Gonzalez
Leandro Teixeira e Silva
Marcela de Góes Ferreira Monteiro
Rodrigo Pereira Vieira
Sandro Coelho Moreira Pinto
Vera Lúcia dos Santos

COMITÊ EDITORIAL

Fábio Neves da Silva
Felipe da Silva Triani
Jacira dos Santos Guimarães
Marcus Vinicius Barbosa
Paloma de Lavor Lopes
Regina Coeli da Silveira

INSTITUIÇÕES APOIADORAS



SUMÁRIO

1. RELAÇÃO DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS APRESENTADOS - I CONEPA 2018.....	1
2. O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL COMO FORMA DE CONTRIBUIÇÃO PARA AS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO DOS ASPECTOS ADOTADOS POR UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE SERVIÇOS DE APOIO PORTUÁRIO DO ESTADO DO AMAZONAS.....	3
3. O ESTADO DA ARTE DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NO BRASIL.....	5
4. PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE BOM JESUS DA LAPA.....	7
5. FATORES MOTIVACIONAIS PARA CAPTAR E RETER TALENTOS DAS GERAÇÕES Y E Z NO UNIVERSO CORPORATIVO.....	9
6. MARKETING NO ENSINO SUPERIOR: ESTRATÉGIAS PARA ATRAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE DISCENTES EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA.....	11
7. TRANSPARÊNCIA NO SETOR PÚBLICO: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS ENTRE OS ANOS DE 2007 E 2017.....	13
8. GERENCIAMENTO SUSTENTÁVEL DE RESÍDUOS SÓLIDOS: O POSICIONAMENTO DE UMA EMPRESA DE PNEUS EM GUANAMBI-BA.....	15
9. USO DO PROGRAMA 5S COMO ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA.....	17
10. O PAPEL DO MÉDICO-GESTOR E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO HOSPITALAR	19
11. A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA FORMAÇÃO DO LÍDER DE SUCESSO.....	21

1. RELAÇÃO DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS APRESENTADOS - I CONEPA 2018

Nº	TEMA DO ARTIGO	AUTOR
1	O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL COMO FORMA DE CONTRIBUIÇÃO PARA AS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO DOS ASPECTOS ADOTADOS POR UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE SERVIÇOS DE APOIO PORTUÁRIO DO ESTADO DO AMAZONAS.	BRUNA THALITA PRAIA CAMPAGNA
2	O ESTADO DA ARTE DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NO BRASIL	CAMILA BRETAS SANTOS
3	PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE BOM JESUS DA LAPA-BA	CASSIANA SANTOS DA SILVA FARIAS
4	FATORES MOTIVACIONAIS PARA CAPTAR E RETER TALENTOS DAS GERAÇÕES Y E Z NO UNIVERSO CORPORATIVO	ELIANA MACHADO
5	MARKETING NO ENSINO SUPERIOR: ESTRATÉGIAS PARA ATRAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE DISCENTES EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA	LUIZA SOARES E SOARES RANGEL
6	TRANSPARÊNCIA NO SETOR PÚBLICO: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS ENTRE OS ANOS DE 2007 E 2017	RAFAEL RUDOLFO KREUTZ
7	GERENCIAMENTO SUSTENTÁVEL DE RESÍDUOS SÓLIDOS: O POSICIONAMENTO DE UMA EMPRESA DE PNEUS EM GUANAMBI-BA	RONNYE KENNEDY MONTALVÃO NOVAES
8	USO DO PROGRAMA 5S COMO ESTRATÉGICA MERCADOLÓGICA	SARA CONCEIÇÃO DOS SANTOS
9	O PAPEL DO MÉDICO-GESTOR E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO HOSPITALAR	SIMONE DA SILVA OLIVEIRA
10	A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA FORMAÇÃO DO LÍDER DE SUCESSO	TUANE SANT' ANA DA SILVA

OBS: Os artigos científicos estão na sequência através de ordem alfabética por autor.

ÁREA TEMÁTICA: **SUSTENTABILIDADE**



2. O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL COMO FORMA DE CONTRIBUIÇÃO PARA AS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO DOS ASPECTOS ADOTADOS POR UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE SERVIÇOS DE APOIO PORTUÁRIO DO ESTADO DO AMAZONAS.

Bruna Thalita Praia Campagna¹

RESUMO

A presença de potenciais degradações ao meio ambiente providas de empresas inconscientes despertou na Administração um olhar mais atento, pois isso tem causado profundas consequências para a sociedade, muitas delas irreversíveis. O presente trabalho aborda sobre o tema Gestão Ambiental e refere-se à enorme gama de problemas que surgem quando o assunto não é tratado com a seriedade que deve, como exemplo foi analisado o SGA de uma empresa da cidade de Manaus (Amazonas). O trabalho tem como objetivo expor o conceito de Sistema de Gestão Ambiental, descrever os instrumentos que compõem a política ambiental da empresa citada e, com isso, identificar e analisar as contribuições do SGA para as empresas que o aderirem. Para que esta análise fosse possível, foram pesquisadas informações com o próprio gestor do SGA na empresa citada, além de bibliografias a respeito do assunto. Os resultados mostraram que o Sistema de Gestão Ambiental já se torna parte de um conjunto de políticas extremamente cruciais para o desenvolvimento correto e consciente das organizações. Com uma consciência sustentável as empresas conseguem transformar as rotinas a fim de não agredir ao meio ambiente e não comprometer o futuro das próximas gerações.

Palavras-chave: Organizações; Análise; Meio ambiente; Sistema de Gestão Ambiental.

¹ Bruna Thalita Praia Campagna, Graduada em Administração, Universidade do Estado do Amazonas - UEA, brunapcampagna@hotmail.com.

ÁREA TEMÁTICA: EDUCAÇÃO, ENSINO E PESQUISA



3. O ESTADO DA ARTE DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NO BRASIL

Camila Bretas Santos ¹
Gustavo Carvalho Souza ²
Jefferson Lopes La Falce ³

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar os diversos aspectos das atuais pesquisas de natureza qualitativa ou qualitativa-quantitativa (quali-quantitativa) publicadas sobre QVT no Brasil, visando compreender o estado da arte deste construto nesta perspectiva. Para isto, foram analisados todos os artigos científicos da base de dados SPELL que relacionavam a temática da qualidade de vida com métodos de pesquisa qualitativa, multimétodos ou qualitativa-quantitativa. Com base na metodologia estabelecida, foram encontrados como resultados para a análise um total de 27 artigos sobre qualidade de vida no trabalho do ano de 2000 ao ano de 2017. Conclui-se que ainda há, na academia, uma tradição na utilização de métodos positivistas para os estudos sobre QVT. Não obstante, pode-se perceber que a busca pela coleta de dados que incluam a metodologia qualitativa, apesar de tímida, está crescendo nas pesquisas brasileiras.

Palavras-Chave: Qualidade de Vida; Estado da Arte; Qualitativa; Triangulação Metodológica; Multimétodos.

¹ Autora, mestranda em Administração pela Universidade FUMEC .
camilabretassantos@gmail.com

² Autor, mestrando em Administração pelo CEFET-MG. gusouza_88@hotmail.com

³ Orientador, Professor Doutor da Universidade FUMEC. jefferson.falce@fumec.br



ÁREA TEMÁTICA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



4. PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE BOM JESUS DA LAPA

Cassiana Santos da Silva Farias ¹
Eder Batista Reges ²

RESUMO

Novos empreendimentos se iniciam em todos os ramos da economia mundial e nacional, empresas de grande, médio e pequeno porte abrem e fecham as portas constantemente em todo o mundo. Não basta ter uma grande ideia de negócio, para se empreender é preciso analisar de forma minuciosa todas as variáveis relacionadas ao empreendimento. A administração estratégica utiliza uma ferramenta de gestão que possibilita ao empreendedor mensurar seus possíveis ganhos ao abrir um negócio, para que o mesmo possa sonhar de forma pragmática. Esse artigo tem como objetivo geral, analisar se ao abrir um empreendimento existe a preocupação com o planejamento estratégico, através da confecção do plano de negócios por parte dos empreendedores no município de Bom Jesus da Lapa. O planejamento estratégico pode, e deve ser utilizado por empreendedores, independente do tamanho da empresa, pois é através do planejamento estratégico que as empresas criam suas metas e objetivos a serem alcançados futuramente. Dolabela (1999) reconhece que o plano de negócio é uma ferramenta que ajuda a analisar aspectos sobre o futuro do negócio: para onde ir, como ir mais rapidamente, o que fazer durante o caminho de forma a diminuir incertezas e riscos. Trata-se de realmente colocar no papel a ideia de negócio. O empreendedor é tido como um grande estrategista, um ser inovador, criador de novos métodos para penetrar e criar novos mercados Gerber (1990).

Palavras-Chave: Administração; Planejamento; Empreendedorismo; Empresas.

¹ Cassiana Santos da Silva Farias, Graduanda em Administração, Universidade do Estado da Bahia –UNEB, cassiassss@gmail.com

² Orientador: Eder Batista Reges, Professor assistente, Universidade do Estado da Bahia –UNEB, ederbatista@live.com



ÁREA TEMÁTICA: GESTÃO DE PESSOAS



5. FATORES MOTIVACIONAIS PARA CAPTAR E RETER TALENTOS DAS GERAÇÕES Y E Z NO UNIVERSO CORPORATIVO

Eliana Machado ¹
Ana Freitas Ribeiro ²

RESUMO

O universo corporativo exige para o seu crescimento, a adaptação do seu ambiente às características atuais que têm potencial para influenciar o desempenho organizacional. A Gestão de Pessoas acontece num ambiente com ênfase em mudanças. As organizações buscam vantagens competitivas e o capital humano é importante diferencial. A captação e retenção de pessoas estão relacionadas com a motivação que as mesmas têm para o trabalho e implica diretamente nos resultados das empresas. As gerações Y e Z são imediatistas, necessitam de estímulos para desafiá-las. O objetivo deste estudo foi identificar e comparar quais são os fatores motivacionais considerados mais importantes entre profissionais das gerações Y e Z. Foi utilizada a Estratégia de Pesquisa de Levantamento com caráter descritivo e abordagem quantitativa dos dados obtidos. As etapas desenvolvidas foram: pesquisa do tipo Survey, através de aplicação de questionário com questões fechadas e Análise de resultados por meio de Estatística Descritiva. Obteve-se um total de 291 questionários respondidos. De acordo com os resultados, o fator de maior índice motivacional, para a geração Y foi o fator “Condições de trabalho” e para a geração Z foi o fator “Crescimento”. Concluiu-se que as organizações devem rever suas estratégias e seus modelos de atração e retenção de talentos dessas gerações.

Palavras-Chave: Corporativo; Gerações Y e Z; Motivação; Captação; Retenção.

¹ Eliana Machado, Mestranda em Administração, Universidade Nove de Julho - UNINOVE - São Paulo, Mestrado Profissional em Administração (PMPA) Gestão em Sistemas de Saúde (GSS) - elimhu@gmail.com.

² Ana Freitas Ribeiro, Orientadora - Professor de Ensino Superior - , Universidade Nove de Julho - UNINOVE - São Paulo - anafreibeiro@uol.com.br

ÁREA TEMÁTICA: **MARKETING**



6. MARKETING NO ENSINO SUPERIOR: ESTRATÉGIAS PARA ATRAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE DISCENTES EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA

Luiza Soares e Soares Rangel ¹

RESUMO

A crise econômica que assola o Brasil promoveu grande evasão de alunos nos cursos de ensino superior. Dessa forma, coube às instituições de ensino superior, reinventar-se para atrair mais alunos e principalmente, fidelizá-los. O *marketing* é um fator primordial na construção da imagem e consolidação de uma Instituição de Ensino Superior Privado perante o mercado institucional. Sendo assim, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar as diferentes formas de aplicação do *marketing* na captação de alunos para Instituições de Ensino Superior privado em tempos de crise econômica. A metodologia utilizada para a construção do trabalho foi pesquisa qualitativa, necessária para verificar as estratégias de *marketing*. Ao final, conclui-se com base na apresentação dos resultados aferidos através da pesquisa bibliográfica e documental.

Palavras-Chave: Crise Econômica; Marketing; Instituição de Ensino Superior.

Luiza Soares e Soares Rangel, Mestrando em Direção e Administração, Universidad de La Empresa, Montevideu , Uruguai - luiza@fabel.edu.br.

ÁREA TEMÁTICA: **GESTÃO PÚBLICA**



7. TRANSPARÊNCIA NO SETOR PÚBLICO: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS ENTRE OS ANOS DE 2007 E 2017

Rafael Rudolfo Kreutz¹
Nelson Guilherme Machado Pinto²

RESUMO

O presente estudo procura identificar um panorama sobre a temática da transparência pública, a qual tem se destacado na mídia nos últimos anos e ainda apresenta um conceito amplamente em discussão na literatura. Desse modo, o objetivo do estudo é verificar a evolução do tema através da publicação de artigos em periódicos internacionais sobre transparência no setor público no período de 2007 a 2017. A pesquisa foi estabelecida através da busca de publicações em periódicos com base no Scopus. O processo de análise foi realizado por meio de um processo de organização, classificação e análise de um conjunto de informações e dados bibliométricos. Para tanto, essa pesquisa é delineada como descritiva, de análise bibliométrica e qualitativa-quantitativa. Foram encontrados 540 artigos com predomínio massivo de trabalhos publicados nos Estados Unidos, seguido pela Espanha e Reino Unido, em segundo e terceiros lugares respectivamente. Além disso, os resultados demonstram que a literatura mundial acerca da temática transparência pública se encontra consolidada, diferentemente da literatura nacional que ainda necessita ter maiores avanços da pesquisa nessa área.

Palavras-Chaves: Transparência; Setor Público; Publicações Científicas.

¹ Rafael Rudolfo Kreutz, Mestrando em Gestão de Organizações Públicas, Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, rafael.Kreutz@gmail.com.

² Orientador: Nelson Guilherme Machado Pinto, Doutor em Administração, Professor Adjunto da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, nelguimachado@hotmail.com.

ÁREA TEMÁTICA: **SUSTENTABILIDADE**



8. GERENCIAMENTO SUSTENTÁVEL DE RESÍDUOS SÓLIDOS: O POSICIONAMENTO DE UMA EMPRESA DE PNEUS EM GUANAMBI-BA

Gracilene Mendes de Souza Nogueira ¹
Michele Laísa de Matos Rocha Donato ²
Ronnye Kennedy Montalvão Novaes ³

RESUMO

O gerenciamento dos resíduos sólidos faz parte das Políticas Públicas Brasileiras desde 2010 com a aprovação da Lei Federal nº 12.305, além de ser uma expectativa ambiental em favor da melhoria da qualidade de vida no planeta. Entretanto, a sensibilização quanto à necessidade de efetivação de suas intenções legais ultrapassa as exigências políticas atingindo o compromisso das organizações com as causas ambientais. Imbuída do objetivo de investigar o posicionamento empresarial frente às demandas pelo gerenciamento sustentável de resíduos sólidos, esta pesquisa, realizada na cidade de Guanambi-BA, contempla um estudo de caso em uma empresa de pneus tipo A cujos resultados foram construídos a partir da análise de conteúdo de Bardin (2006), permeada de múltiplas reflexões em todas as etapas da pesquisa teorizada no âmbito da literatura vigente. Observou-se entre os resultados que, tanto a empresa quanto o poder público possuem papel fundamental no processo de implantação e execução da política ambiental, sendo necessário um movimento de sensibilização dos envolvidos.

Palavras-Chave: Meio Ambiente; Resíduos Sólidos; Sensibilização.

¹ Orientadora: Gracilene Mendes de Souza Nogueira, Mestre em Educação, Professora no Centro Universitário – UniFG; nogueiragms@gmail.com

² Michele Laísa de Matos Rocha Donato, Graduanda em Administração, Centro Universitário – UniFG; michelelpmatos@gmail.com

³ Ronnye Kennedy Montalvão Novaes, Graduando em Administração, Centro Universitário – UniFG; ronnye.kennedy@gmail.com



ÁREA TEMÁTICA: GESTÃO DE PROCESSOS E QUALIDADE



9. USO DO PROGRAMA 5S COMO ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA

Sara Conceição dos Santos ¹
Manuella Oliveira Lavinsky ²
Marcello Paula Santos ³
Amarildo Morett ⁴

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo compreender como utilização do programa 5S pode possibilitar uma vantagem mercadológica para as organizações. Sabe-se que as exigências do mercado ratificam a necessidade de utilizar métodos para alcance de melhores resultados. O referencial teórico baseou-se na utilização de artigos, livros além da utilização de pesquisa telematizada. A partir das informações levantadas, pode-se afirmar que a implementação dos cinco sentidos proporciona uma série de vantagens e impulsiona a organização, especialmente no que tange as relações de trabalho. Por seu caráter comportamental e subjetivo, a adoção do programa nem sempre é recebido facilmente pelos gestores. A implantação da estratégia requer base teórica no que diz respeito à estrutura organizacional, mapeamento de processos, bem como a inter-relação entre setores; uma vez que a atividade de marketing está vinculada ao andamento da empresa como um todo e não apenas voltada para o produto. É importante ressaltar, entretanto que o emprego dessa ferramenta gerencial requer a colaboração de todos os membros da organização, sendo este um pré-requisito fundamental para melhoria contínua dos processos produtivos bem como das tomadas de decisão.

Palavras-Chave: Marketing; Ferramenta; Implementação; Organização.

¹ Sara Conceição dos Santos, Graduanda em Administração, Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, saraskc043@gmail.com

² Manuella Oliveira Lavinsky, Graduanda em Administração, Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, manuadm16@gmail.com

³ Marcello Paula Santos, Graduando em Administração, Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, marcello.uescadm@gmail.com

⁴ Orientador: Amarildo José Morett, Mestre em Engenharia de Produção, Professor Assistente na Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, ajmorett@uesc.br

ÁREA TEMÁTICA: GESTÃO DE SAÚDE



10. O PAPEL DO MÉDICO-GESTOR E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO HOSPITALAR

Simone da Silva Oliveira¹

RESUMO

Os hospitais surgiram após o advento do cristianismo as ordens monásticas criaram espaços físicos para assistir aos enfermos, aos velhos e aos desamparados. Essas organizações de saúde configuram-se em instituições complexas, em que convivem projetos políticos bastante diferenciados entre si, influenciando a gestão e organização do trabalho. Trata-se de um estudo exploratório-descritivo com abordagem quantitativa e qualitativa. A coleta de dados foi através de questionários, utilizando erro amostral de 5% ($\alpha=0,05$). A partir dos resultados constatou-se que a maioria atua no HU há mais de 15 anos (45%) são do sexo masculino (61%), idade compreendida entre 46 e 60 anos (52%), têm entre 2 e 3 empregos (37%), sendo a maior parte na área pública (82%). Portanto, confirmou-se que o hospital é, então, um lugar de confirmação de poderes/saberes, que tem características próprias que o distinguem das demais organizações, além das atividades médicas, resultando em uma estrutura complexa, conflituosa, e que às vezes é marcado por disputas de espaços e egos.

Palavras-Chave: Hospital; Gestão Organizacional; Medicina.

¹ Simone da Silva Oliveira, Mestre em Gestão de Empresas, Universidade Federal de Alagoas, simoneoliweira@gmail.com



ÁREA TEMÁTICA: GESTÃO DE PESSOAS



11. A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NA FORMAÇÃO DO LÍDER DE SUCESSO

Tuane Sant' Ana da Silva¹
Cláudia de Freitas Michelin²
Adriana Porto³

RESUMO

A inteligência emocional está associada ao entendimento e ao controle das emoções, é fundamental no relacionamento de todos da organização, melhorando o comportamento e o raciocínio diante das situações enfrentadas no dia-a-dia. Neste sentido, o presente trabalho teve como objetivo geral descrever como as habilidades da inteligência emocional podem influenciar as relações entre o líder e sua equipe. A metodologia adotada consistiu em uma abordagem quantitativa, com cunho exploratório e descritivo, através do método de pesquisa de campo, onde foi aplicado um questionário fechado junto aos líderes das instituições financeiras de Cachoeira do Sul/RS. Como resultado da pesquisa, identificou-se que os líderes apresentam um desenvolvimento maior referente às habilidades de Automotivação, Autoconsciência e Empatia. A habilidade de lidar com relacionamentos, encontra-se em desenvolvimento inferior, podendo ser trabalhada juntamente com o controle das emoções, a qual apresentou um resultado abaixo do nível de concordância. Por fim, recomenda-se que as instituições financeiras disponibilizem treinamentos e cursos para os líderes e colaboradores da empresa, visando contribuir para a criação de um ambiente harmonioso e produtivo, o qual é crucial para o progresso de qualquer organização.

Palavras-Chave: Inteligência Emocional; Liderança; Instituições Financeiras.

¹ Autora: Graduada em Administração pela Universidade Luterana do Brasil – ULBRA, campus Cachoeira do Sul/RS. Pós-graduanda em MBA em Gestão de Pessoas pela Faculdade Dom Alberto de Santa Cruz do Sul/RS;

² Orientadora: Mestre na Universidade Luterana do Brasil – ULBRA, campus Cachoeira do Sul/RS e campus Santa Maria/RS;

³ Orientadora: Mestre em Engenharia de Produção e Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM.