

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL IRMÃ AGOSTINA
Técnico em Administração**

**Aline Pereira da Silva
Beatriz Andrade
Gabrielle Maria Alves dos Santos
Julia Oliveira Borges
Leticia da Silva Martins
Paola Varoni Siqueira Amaro**

**INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS EMPRESAS:
Estudo de caso em empresas de Fast-Food.**

**São Paulo
2024**

Aline Pereira da Silva
Beatriz Andrade
Gabrielle Maria Alves dos Santos
Leticia da Silva Martins
Julia Oliveira Borges
Paola Varoni Siqueira Amaro

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS EMPRESAS:

Estudo de caso em empresas de Fast-Food.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Irmã Agostina, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

Orientador(a): Nilton de Vales Santos

São Paulo

2024

RESUMO

Este trabalho investiga o papel da (IE) nas empresas de fast-food, destacando sua importância no contexto profissional. Inicialmente, aborda-se a definição e origem da (IE), introduzida por Salovey e Mayer em 1990, enfatizando sua capacidade de processar emoções e adaptar-se a diferentes situações. Em seguida, discute-se a relevância da (IE) no ambiente empresarial, especialmente no setor de fast-food, onde a interação com clientes e colegas de trabalho é constante. A metodologia empregada inclui uma pesquisa de campo quantitativa, utilizando questionários enviados a funcionários de empresas do ramo de fast-food. Os resultados esperados visam identificar o impacto da (IE) no ambiente de trabalho e sugerir formas de promover sua integração de maneira mais eficaz. Além disso, são apresentados conceitos de gestão de pessoas e atendimento ao público, destacando a importância do desenvolvimento de habilidades interpessoais para o sucesso organizacional. Através da análise desses aspectos, espera-se contribuir para uma compreensão mais ampla do papel da (IE) no contexto empresarial, particularmente no setor de fast-food.

Palavras-chave: Inteligência emocional; Contexto profissional; Fast-food.

ABSTRACT

This report investigates the role of (EI) in fast-food companies, highlighting its importance in the professional context. Initially, the definition and the origin of (EI), introduced by Salovey and Mayer in 1990, is discussed, emphasizing its ability to process emotions and adapt to different situations. Next, the relevance of (EI) in the business environment is discussed, especially in the fast-food sector, where interaction with customers and coworkers is constant. The methodology employed includes quantitative field research, using questionnaires sent to employees of fast-food companies. The expected results aim to identify the impact of (EI) in the workplace and suggest ways to promote its integration more effectively. In addition, concepts of people management and customer service are presented, distinguishing the importance of developing interpersonal skills for organizational success. By analyzing these aspects, it is hoped to contribute to a broader understanding of the role of (EI) in the business context, particularly in the fast-food area.

Keywords: Emotional intelligence; Professional context; Fast-food.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Você acha que a inteligência emocional é aplicada no seu ambiente de trabalho?.....	21
Gráfico 2 - Você acha que a inteligência emocional é importante para que a equipe lide melhor com conflitos internos?.....	22
Gráfico 3 - O quanto a inteligência emocional é importante para os funcionários que lidam com clientes?.....	23
Gráfico 4 - O emocional dos cargos superiores pode impactar no desempenho das equipes?.....	24
Gráfico 5 - A pressão do seu ambiente de trabalho afeta mais?.....	24

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Formulário Digital (FORMS)

Inteligência Emocional (IE)

Quociente de Inteligência (QI)

Short Message Service ou Serviços de Mensagens Curtas (SMS)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. JUSTIFICATIVA.....	9
3. OBJETIVOS.....	10
3.1 Objetivo Geral.....	10
3.2 Objetivos Específicos.....	10
4. METODOLOGIA.....	11
5. CONCEITO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL.....	12
5.1 Os 5 pilares da inteligência emocional.....	13
5.2 Autoconhecimento.....	13
5.3 Autorregulação.....	13
5.4 Automotivação.....	13
5.5 Empatia.....	14
5.6 Relacionamento interpessoal.....	14
6. INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO LOCAL DE TRABALHO.....	15
7. CONCEITO DE FAST-FOOD.....	17
8. CONCEITO DE GESTÃO DE PESSOAS.....	18
9. CONCEITO DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO.....	19
10. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	21
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27
APÊNDICES.....	30

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como intuito o estudo de caso em empresas de fast-food com foco na inteligência emocional, precisamente no contexto profissional.

A inteligência emocional desempenha um papel crucial tanto no ambiente de trabalho quanto na vida pessoal. No contexto empresarial, a inteligência emocional é cada vez mais reconhecida como um fator determinante para o sucesso das organizações. Ela influencia a forma como os líderes conduzem suas equipes, como os funcionários interagem entre si e como a empresa se relaciona com seus clientes e parceiros.

A inteligência emocional surge a partir de 1990 pelos pesquisadores Salovey e John Mayer que introduziram o termo na literatura com a publicação de um artigo (Mayer, DiPaolo e Salovey, 1990), no estudo, afirmam como sendo a capacidade de processar nossas próprias informações emocionais e dos outros, sendo possível usar esses conhecimentos para nos adaptarmos a diferentes cenários no cotidiano.

Existem distintas maneiras de introduzir a inteligência emocional em um ambiente profissional, como em treinamentos específicos, programas de desenvolvimento pessoal, individual e grupos. O enfoque sobre esse método pode ajudar no convívio profissional entre os colaboradores melhorando sua cultura organizacional que irá valorizar cada vez mais o cenário, aperfeiçoando as estratégias e os resultados esperados. (DARBY, 2023)

Globalmente, a indústria de fast-food continua a ser uma força dominante no setor de alimentos e bebidas, com marcas internacionais expandindo suas operações para novos mercados e adaptando-se às necessidades e preferências regionais. A constante inovação e adaptação às mudanças do mercado são essenciais para as empresas de fast-food que buscam manter sua relevância e competitividade em um ambiente em constante evolução.

A pesquisa pretende apresentar como a (IE) está inserida no mercado, dando foco ao setor de fast-food, expondo estatísticas de funcionários deste ramo.

2. JUSTIFICATIVA

Ao analisar os temas que estão em evidência e sendo debatidos atualmente, um dos assuntos que se destaca é a inteligência emocional, tópico que esteve em discussão na sociedade e no mercado de trabalho nesses últimos anos como um dos fatores sendo a pandemia de Covid-19. Em que milhares de trabalhadores tiveram que trabalhar no modelo home-office (escritório em casa) e outros perderam seus empregos.

A pesquisa pretende apresentar como a (IE) está inserida no mercado e como ela é deixada de lado, dando foco ao setor de fast-food.

Por meio deste estudo podemos demonstrar o que a negligência deste aspecto comportamental ocasiona, impactando na vida pessoal e profissional dos envolvidos.

Mostrando que é necessário que pessoas possuam a habilidade de saber lidar com momentos de crises, em que estão expostas a adversidades. Contudo, é primordial que empresários invistam no treinamento do desenvolvimento da (IE) entre seus colaboradores, desde os gestores até a parte operacional da empresa. E passem a dar mais atenção aos direitos humanos.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Obter uma análise do mundo corporativo com foco único nas empresas de fast-food, abordando a inteligência emocional e sua importância dentro do ambiente profissional.

3.2 Objetivos Específicos

- Abordar sobre o que é inteligência emocional;
- Conceitos sobre fast-food e atendimento ao público;
- Analisar o cenário de fast-food e o quanto a inteligência emocional pode impactar no mesmo;
- Apresentar estatísticas que mostram como a falta de inteligência emocional pode impactar no atendimento ao público e na vida pessoal do colaborador através de pesquisa de campo;
- Identificar melhores maneiras de abordar a inteligência emocional no local de trabalho.

4. METODOLOGIA

De acordo com Igor Alves (2021), metodologia consiste no estudo dos métodos empregados em uma área para produção de conhecimento, derivada da palavra "método", significando "caminho para a realização de algo". Inicialmente associada à lógica, expandiu-se para diversas áreas.

Em um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), a metodologia descreve detalhadamente o objeto de estudo, as técnicas de pesquisa utilizadas e os resultados e discussões.

No presente trabalho utilizaremos uma pesquisa de campo quantitativa, que nada mais é que um método estatístico que se concentra em dados concretos que podem ser medidos e quantificados através de números, tabelas, gráficos e utiliza-se de questionários. Fizemos um questionário via FORMS e mandamos para uma empresa do ramo de fast-food, para que os colaboradores pudessem responder conforme o que eles pensam sobre a inteligência emocional em seu ambiente de trabalho.

5. CONCEITO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

O conceito de inteligência emocional teve sua primeira abordagem no ano de 1990, pelos pesquisadores Peter Salovey e John D. Mayer.

A definição se dá por “a habilidade para controlar os sentimentos e emoções em si mesmo e nos demais, discriminar entre elas e usar essa informação para guiar as ações e os pensamentos” (MAYER, DIPAOLLO, & SALOVEY, 1990).

Ou seja, é a forma como o indivíduo processa as informações de suas próprias emoções e as dos outros.

Intitulado como pai da inteligência emocional, Daniel Goleman, foi responsável por popularizar o conceito da (IE) em todo o mundo por meio do livro *Inteligência Emocional*, publicado em 1995.

Goleman (2011), salienta a importância da inteligência emocional, pois é ela que auxilia no autocontrole em determinadas situações, como também contribui para ter foco nos objetivos, apesar de muitas vezes ocorrer alguns problemas, onde pode prejudicar a motivação pelos resultados. A satisfação dos propósitos almejados, podem demorar um pouco, mas isso não é problema para quem consegue controlar a ansiedade, e aguardar com inteligência os retornos esperados.

O psicólogo ressaltou que: “Os líderes mais eficazes são todos parecidos de uma maneira crucial: todos eles têm um alto grau do que veio a ser conhecido como inteligência emocional. Não é que QI e habilidades técnicas sejam irrelevantes, elas importam, mas [acabam sendo] os requisitos básicos para posições executivas.” (GOLEMAN, Daniel, 1998, Artigo da HBR “O que faz um líder.”)

5.1 Os 5 pilares da inteligência emocional

Segundo Daniel Goleman (p.15,1995), existem 5 pilares que podem ser atribuídos ao conceito de inteligência emocional. São eles:

- 1- Conhecer as próprias emoções;
- 2- Controlar as emoções;
- 3- Automotivação;
- 4- Empatia;
- 5- Saber se relacionar interpessoalmente.

5.2 Autoconhecimento

Conhecer a si mesmo é uma das habilidades mais importantes para o desenvolvimento e crescimento de uma pessoa em todas as áreas de sua vida.

Saber lidar com situações e emoções diversas impactam diretamente na forma com que nos relacionamos com as pessoas e com o mundo ao nosso redor. (PIMENTA, 2019).

Portanto, podemos assim dizer que a forma com que lidamos com as pessoas e situações impactam na nossa sensação de bem-estar e felicidade.

5.3 Autorregulação

De acordo com a psicóloga Fabiana Mourão (2023), a autorregulação é a capacidade de uma pessoa saber controlar e gerenciar suas próprias emoções. Essa habilidade envolve a capacidade de reconhecer, compreender e lidar de forma saudável com as emoções, tanto positivas quanto negativas. A autorregulação emocional é considerada uma competência essencial para o bem-estar psicológico e para que as diversas áreas da vida estejam funcionando adequadamente.

5.4 Automotivação

A automotivação é um conceito que se refere à capacidade de motivar a si mesmo, de encontrar a motivação interna para buscar seus objetivos e superar desafios.

É um impulso interno que impulsiona a pessoa a agir, a persistir e a se dedicar mesmo quando enfrenta dificuldades.

Ela está enraizada nas próprias crenças, valores e metas pessoais de cada indivíduo. É um processo interno e individual, onde a pessoa encontra a energia e a determinação necessárias para alcançar o sucesso. (ENIAC, 2023)

Ou seja, ela é capacidade de se motivar a fazer algo sem que haja interferência externa.

5.5 Empatia

Para o filósofo australiano Roman Krznaric (2020) empatia é sobre “achar a humanidade compartilhada”. E é a habilidade de se colocar no lugar do próximo. Sendo na prática, a capacidade de compreender os sentimentos dos outros sem ter passado obrigatoriamente por situações e acontecimentos semelhantes.

5.6 Relacionamento interpessoal

Relacionamento interpessoal é o vínculo criado entre dois ou mais indivíduos, com base em suas interações e no contexto social em que atuam. (FIA, 2022)

O relacionamento interpessoal é um dos principais pilares para a construção de conexões, sejam elas superficiais ou profundas, formando amizades, relações amorosas e parcerias. (FIA, 2022)

6. INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO LOCAL DE TRABALHO

Com o apoio da empresa, é possível implementar iniciativas como programas de treinamento em inteligência emocional, incentivo à prática de mindfulness (técnica de meditação), criação de espaços seguros para expressão emocional, implementação de políticas voltadas para a saúde mental e equilíbrio entre vida pessoal e profissional, e o estímulo a uma cultura organizacional que valorize a inteligência emocional e o apoio mútuo entre os colaboradores. (ZENDESK, 2024)

Segundo CR Basso Educação ([s.d.]), fornecer programas de conscientização seja por meio de palestras, workshops (evento com objetivo de aprofundar conhecimentos em determinada área) ou materiais educativos, além de reduzir o preconceito que as pessoas acabam tendo sobre a questão emocional, também capacita os colaboradores a identificarem sinais precoces de problemas emocionais, tanto neles quanto nos colegas, e a buscarem ajuda quando necessário.

A oferta por meio da organização de políticas flexíveis de trabalho pode atuar na redução do estresse e no equilíbrio entre trabalho e vida pessoal dos funcionários. Isso podendo ser a inserção dentro da empresa de horários flexíveis, trabalho remoto e licenças remuneradas para tratar de problemas de saúde mental. Ao fazer a implantação dessas iniciativas, a organização permite que os colaboradores atendam às suas necessidades pessoais, reduzindo a pressão do ambiente de trabalho e melhorando o bem-estar geral. (CR Basso Educação, [s.d.])

Outra maneira para incentivar a inteligência emocional no local de trabalho é a empresa conceder e disponibilizar treinamentos e workshops para os funcionários. Isso faria com que eles tenham as ferramentas para começar a aprender diferentes técnicas e métodos de (IE). (DARBY, 2023)

Além disso, é indispensável que a organização providencie um ambiente de trabalho em que o respeito, o apoio e a inclusão sejam valorizados. É importante também que se incentive o reconhecimento de conquistas individuais e em equipe. Com essas iniciativas é possível evitar conflitos excessivos. (CR Basso Educação, [s.d.]). E fomentar relações saudáveis entre colegas através de atividades em grupo pode melhorar e desenvolver o Quociente de Inteligência (que é uma pontuação padrão que mostra até que ponto acima ou abaixo, seu grupo de colegas um indivíduo está em capacidade mental) no local de trabalho. (DARBY, 2023). E como resultado, há um clima organizacional mais positivo. (CR Basso Educação, [s.d.]).

Essas ações colaborativas contribuem significativamente para o bem-estar emocional dos funcionários e para a construção de um ambiente de trabalho mais inclusivo e empático.

7. CONCEITO DE FAST-FOOD

A abordagem acerca do fenômeno do fast-food assume relevância no contexto brasileiro à medida que se observa uma ampliação do hábito de realizar refeições fora do domicílio, notadamente nas metrópoles. Paralelamente, verifica-se um aumento no consumo de alimentos industrializados, inclusive no ambiente doméstico. A consolidação dessa prática alimentar, especialmente entre os trabalhadores urbanos, é corroborada por diversos estudos (GÓES, 2005).

O termo fast-food, de origem inglesa e traduzido como "comida rápida", refere-se a um gênero alimentício, predominantemente composto por lanches, destinado a indivíduos que enfrentam limitações temporais para a realização de suas refeições, optando por alimentos caracterizados como fast-food devido à sua preparação e serviço ágeis.

De maneira concisa e em uma abordagem topográfica, os estabelecimentos fast-food são concebidos como modelos de lanchonetes, restaurantes, estabelecimentos comerciais ou lojas, nos quais são oferecidos os tipos de alimentos anteriormente mencionados. Esses locais são marcados tanto pela natureza dos alimentos quanto pelo serviço proporcionado, pautando-se por uma dinâmica rápida, eficiente, padronizada e impessoal. Tais estabelecimentos, em sua maioria, são vinculados a grandes cadeias multinacionais por meio do sistema de franquias, razão pela qual apresentam elevado grau de padronização em diversos aspectos, como estrutura física, instalações, equipamentos, embalagens, acessórios, modelo de gestão e publicidade, objetivando assegurar a uniformidade da imagem da rede.

8. CONCEITO DE GESTÃO DE PESSOAS

Mostrar a importância de pessoas e de como lidar com elas pode influenciar nos resultados das empresas. Para que não tenha nenhum conflito entre os funcionários e melhoria no desempenho de equipe, pode haver novas possibilidades para pesquisas relacionadas ao tema.

Quando a gestão de pessoas é realizada de forma correta, pode se tornar uma grande vantagem competitiva, pois a empresa que tem seus colaboradores satisfeitos funciona internamente melhor. Não adianta ter uma boa estrutura na empresa ou também um ótimo produto, se os funcionários de tal empresa não se sentem parte dela, pois é bem provável que se tenha consequências futuramente e que não serão as melhores.

Algumas pessoas poderiam acreditar que, no mundo da tecnologia, do fast-food e da competitividade intensa, o comportamento das pessoas perderia espaço e importância. No entanto, os negócios mais prósperos são aqueles que se tornam mais dependentes do comportamento do ser humano. Quanto mais a empresa se concentra no chamado ativo intangível (marcas, performance, inovação, tecnologia e de produto, atendimento diferenciado etc.), mais forte se torna a dependência dos negócios ao desempenho humano.

Segundo Chiavenato (1999), as definições de Gestão de Pessoas são um conjunto de práticas necessárias para orientar os gestores relacionados com as pessoas ou recursos humanos, incluindo recrutamento, treinamento e avaliação de desempenho.

Conceito de Gestão de Pessoas: “Ela é extremamente contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como a arquitetura organizacional, a cultura corporativa, as características do seu mercado, o negócio da organização, a tecnologia utilizada, os processos internos, o estilo de gestão e uma infinidade de outras variáveis. Também depende das características das pessoas que a constituem.”

Para Fisher (1998), gestão de pessoas é a política e as práticas organizacionais que orientam o comportamento humano e as relações interpessoais no ambiente de trabalho.

9. CONCEITO DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

O fundamento primordial de uma experiência positiva com a marca e, conseqüentemente, da fidelização do cliente é o conceito de serviço ao público. Esse conceito visa proporcionar a melhor experiência ao consumidor, auxiliando na resolução de problemas e no esclarecimento de dúvidas.

Segundo Neves e Rollo (2006), o acolhimento é considerado uma orientação da Política Nacional de Humanização, devendo ser praticado por todos os profissionais, tanto no setor público quanto no privado, através de uma postura ética, com o intuito de ouvir atentamente o usuário ou cliente, visando auxiliá-lo da melhor forma possível e garantir sua fidelização.

Investir no desenvolvimento dessa habilidade dentro da sua empresa é uma estratégia eficaz para manter o interesse do público no que você tem a oferecer. Essa forma de interação com os consumidores é prioritária, demonstrando boa vontade, eficiência e a disposição da empresa em resolver problemas e antecipar necessidades.

Além disso, garantir a qualidade no atendimento ao público é crucial, pois é um dos principais fatores para fidelizar clientes e aumentar as chances de retorno. Clientes fidelizados não apenas podem fazer recomendações positivas da marca, mas também fornecer feedbacks (retornos) entusiasmados para suas redes de contato.

Segundo dados do G4 Educação (2022), uma boa experiência de atendimento é valorizada por muitos clientes como o ponto mais importante durante a compra. Cerca de 33% dos consumidores consideram essencial ter seus problemas resolvidos em uma única interação, independentemente do tempo necessário para solucioná-los.

Uma pesquisa realizada pela Zenvia (2019) revelou que aproximadamente 67% dos clientes são influenciados por comentários negativos sobre experiências de outras pessoas. Portanto, garantir que o cliente se sinta valorizado e bem atendido é fundamental para o sucesso do negócio, reduzindo críticas e ressalvas sobre os produtos e serviços da empresa.

Para manter um bom relacionamento, tanto pessoalmente quanto online, é crucial não apenas ter habilidades de atendimento ao cliente, mas também compreender os princípios que sustentam um atendimento de qualidade. É essencial estar presente para resolver tanto reclamações quanto dúvidas, demonstrando atenção e eficiência na resolução dos problemas.

Atender o cliente com qualidade não apenas proporciona uma experiência agradável para ele, mas também é crucial para o sucesso da empresa, pois a satisfação do cliente é essencial para o crescimento do negócio. Como destacado por Martins (2010), é importante que a organização tenha pessoas capazes de se comunicar e contribuir para alcançar objetivos comuns.

Ao resolver problemas e garantir uma experiência positiva, é possível evitar críticas e fidelizar o cliente, aumentando as chances de manter esse relacionamento e de receber recomendações positivas. Os clientes procuram mais do que respostas automáticas; eles desejam uma conversa humanizada, que demonstre que a marca se preocupa com suas necessidades individuais.

Além disso, o envio de SMS é uma excelente estratégia para impactar os clientes de forma rápida e direta, já que é possível alcançar 100% dos usuários com mensagens curtas. Implementar algumas dicas pode ser o primeiro passo para oferecer um atendimento de qualidade que atenda às preferências dos consumidores.

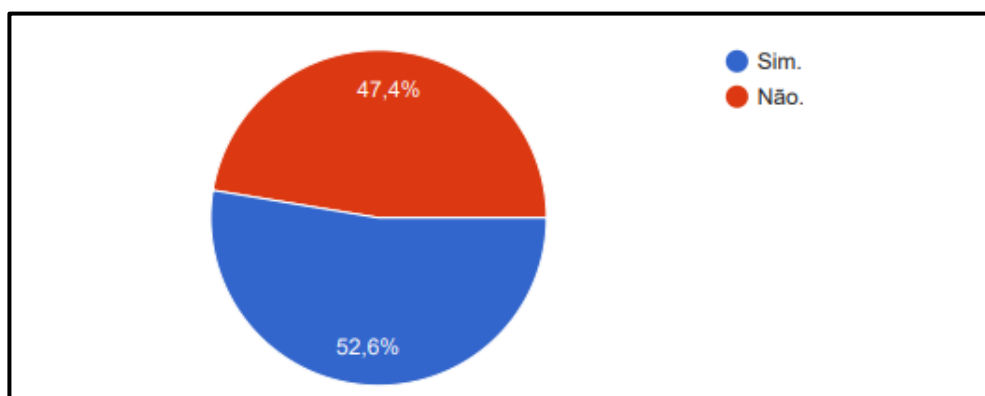
10. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este trabalho apresenta os resultados e discussões de uma pesquisa de campo realizada em empresas de fast-food, com o objetivo de investigar a percepção dos funcionários sobre a importância da inteligência emocional no ambiente de trabalho. A pesquisa quantitativa foi realizada com 95 pessoas, principalmente atendentes, pois estão em contato direto com público, e de forma aleatória, abrangemos diferentes lojas de diferentes regiões. O questionário se concentrou em questões relacionadas ao impacto da inteligência emocional na gestão de conflitos internos, no atendimento ao cliente e no desempenho das equipes, proporcionando respostas valiosas sobre a relevância desse aspecto no contexto específico das empresas de fast-food, diante disso, iniciamos com uma breve explicação sobre o mesmo para que o público entrevistado esteja ciente do significado do tema abordado. Os resultados obtidos oferecem uma visão abrangente sobre a percepção dos funcionários e sua compreensão da importância da inteligência emocional, contribuindo para uma compreensão mais profunda do papel desse atributo no ambiente de trabalho dessas empresas.

Iniciamos a pesquisa a partir da seguinte pergunta:

1. Você acha que a inteligência emocional é aplicada no seu ambiente de trabalho?

Obtivemos a seguinte situação:



Fonte: As autoras (2024)

Inicialmente, com os resultados obtidos, a resposta "sim" possuiu 52,6% dos resultados, já "não", 47,4%, assim, conclui-se na falta da inteligência emocional, que seria exatamente o que é pontuado em nosso trabalho. Essa condição, indica que

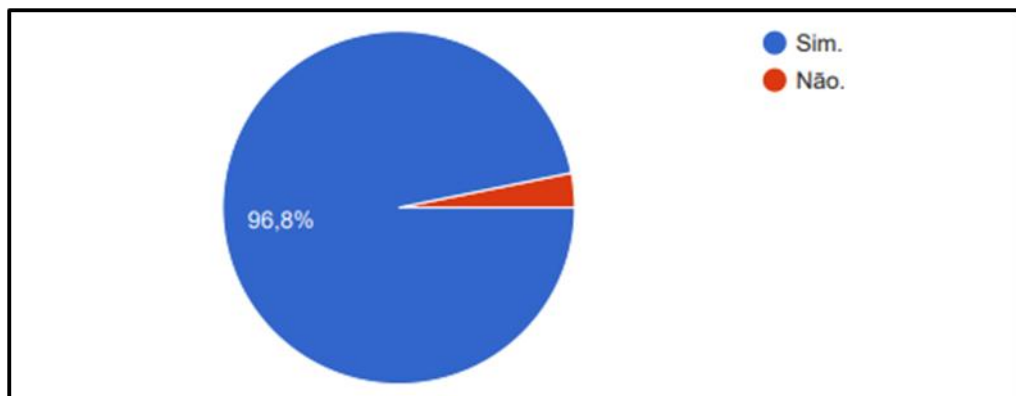
ainda há a existência de funcionários nas redes de fast-food que acreditam na aplicação da inteligência emocional no seu ambiente de trabalho, porém também há locais de trabalho em que não há essa aplicação.

Diante do cenário de fast-food, a inteligência emocional agrega grande valor, principalmente quando se trata de atendimento ao público, pois é ela quem auxilia no autocontrole, deixando seus objetivos mais claros e tornando-o mais eficaz para atingi-los.

A segunda pergunta realizada aos entrevistados foi:

2. Você acha que a inteligência emocional é importante para que a equipe lide melhor com conflitos internos?

Obtivemos a seguinte situação:



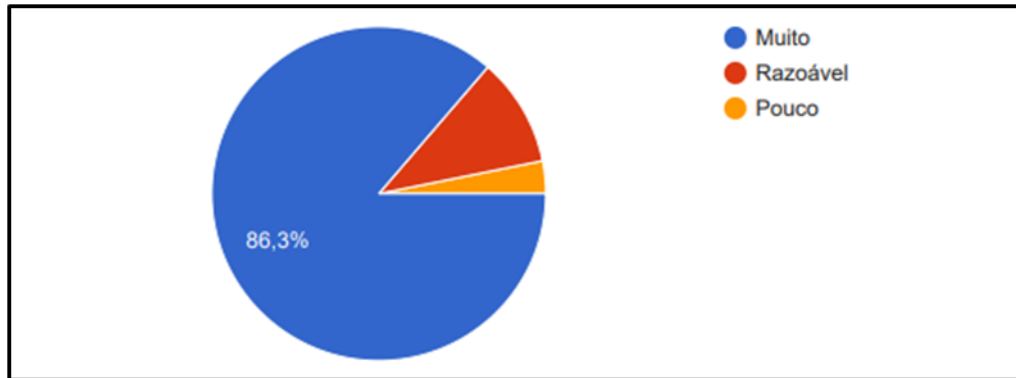
Fonte: As autoras (2024)

A partir da análise do gráfico acima, a maioria dos entrevistados concorda que a inteligência emocional é importante para que a equipe lide melhor com conflitos internos. Isso sugere que há um reconhecimento da relevância do aspecto emocional no ambiente de trabalho, especialmente em empresas de fast-food. A alta porcentagem de 96,8% votando que sim indica uma forte inclinação para essa percepção. Isso pode indicar que as equipes reconhecem a importância de lidar com as emoções e conflitos de forma eficaz para um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo.

A seguinte pergunta realizada aos entrevistados foi:

3. O quanto a inteligência emocional é importante para os funcionários que lidam com clientes?

Obtivemos a seguinte situação:



Fonte: As autoras (2024)

Os entrevistados reconhecem a importância da inteligência emocional para os funcionários que lidam com clientes nas empresas. Com 86,3% votando que é "Muito" importante e 10,5% considerando "Razoável", indica que a grande maioria reconhece a relevância das habilidades emocionais no atendimento ao cliente. Sugerindo que as empresas desse setor valorizam a capacidade dos funcionários de lidar com as emoções, tanto as suas próprias quanto as dos clientes, para proporcionar uma experiência positiva.

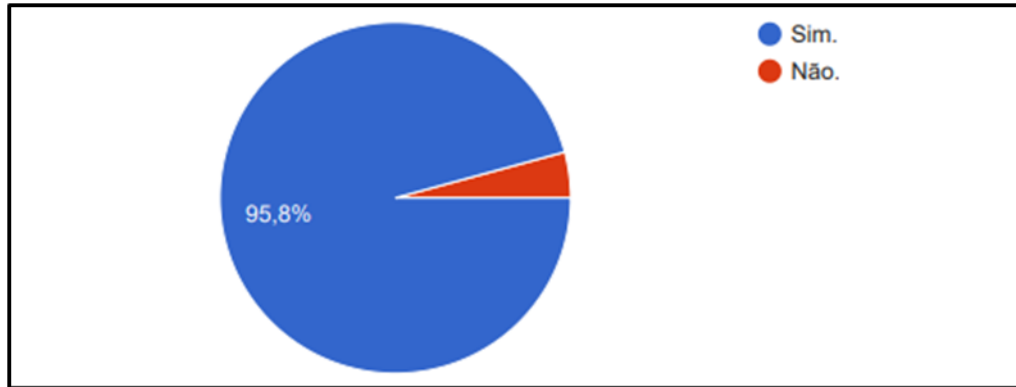
A falta da inteligência emocional pode resultar em um mau atendimento ao público, fazendo com que o funcionário não consiga lidar com os clientes irritados. Portanto, a insuficiência deste aspecto comportamental pode levar o funcionário a não chegar a um consenso com o cliente e não conseguir lidar com essa divergência.

Podendo indicar um reconhecimento da importância emocional no atendimento ao cliente e na construção de relacionamentos positivos, fazendo com que os clientes fidelizem o lugar, preferencialmente pelo atendimento.

Nossa penúltima pergunta feita aos funcionários dessas redes de fast-food foi:

4. O emocional dos cargos superiores pode impactar no desempenho das equipes?

Obtivemos a seguinte situação:



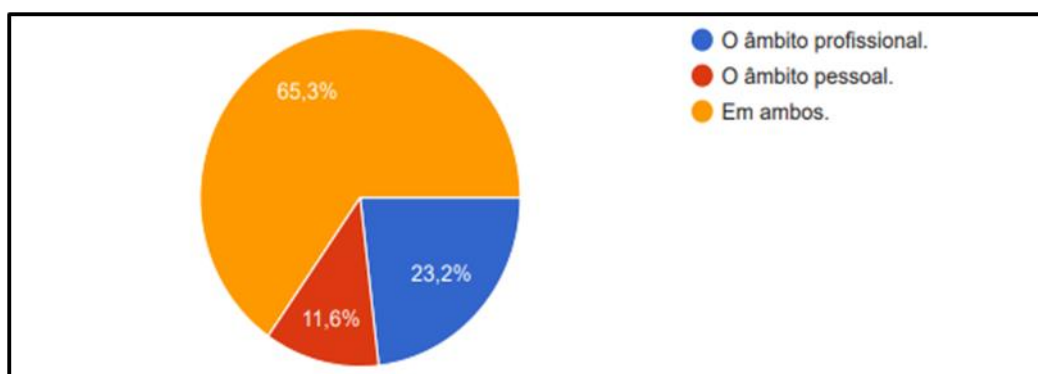
Fonte: As autoras (2024)

Grande parte dos entrevistados concorda que o emocional dos cargos superiores pode impactar no desempenho das equipes nas empresas de fast-food. Com 95,8% votando que sim, isso indica uma forte percepção de que o emocional dos líderes e gestores influencia diretamente no desempenho das equipes. Há um reconhecimento da importância do exemplo e do ambiente emocional criado pelos cargos superiores para o sucesso e bem-estar das equipes. Indicando a valorização da influência dos líderes e gestores no ambiente de trabalho, o que é crucial para promover um ambiente saudável e produtivo, onde segue um fluxo emocional de gestores para funcionários.

E para finalizar nossa grade de perguntas, realizamos a última pergunta:

5. A pressão do seu ambiente de trabalho afeta mais...?

Com as seguintes respostas:



Fonte: As autoras (2024)

Podemos concluir sobre a pergunta acima, que muitas pessoas acreditam que a pressão dentro do ambiente de trabalho afeta tanto no âmbito profissional, quanto pessoal, com 65,3% de escolha, ou seja, isso reflete em como a pessoa difere suas

situações dentro do meio. Para se ter uma boa separação entre os dois ambientes, utiliza-se a inteligência emocional, entretanto, caso essa separação não ocorra, o funcionário pode acabar se prejudicando envolvendo assuntos pessoais dentro do trabalho ou vice-versa, gerando uma instabilidade e desequilíbrio em sua vida.

A falta da inteligência emocional pode prejudicar o funcionário fazendo com que ele não consiga separar emocionalmente o trabalho e a vida pessoal, como por exemplo, uma má experiência com atendimento ao público pode afetar a saúde mental do mesmo.

Por fim, a inteligência emocional desempenha um papel fundamental no contexto das empresas de fast-food, influenciando positivamente a maneira como as equipes lidam com conflitos internos, atendimento ao cliente e desempenho geral. Além disso, há uma percepção significativa de que o ambiente emocional criado pelos líderes e gestores afeta diretamente o bem-estar e a produtividade das equipes. A pressão no ambiente de trabalho é percebida como afetando tanto o âmbito profissional quanto pessoal, destacando a importância de uma boa gestão emocional para manter um equilíbrio saudável entre os dois. Em suma, a inteligência emocional emerge como uma habilidade crucial para promover um ambiente de trabalho saudável, produtivo e com relações interpessoais positivas.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, a principal intenção diante desse cenário é expor a falta que encontramos desta habilidade comportamental. A inteligência emocional é uma habilidade crucial nas complexidades da vida, é fundamental para o sucesso pessoal e profissional envolvendo autoconhecimento, autocontrole e habilidades sociais.

Na finalização dessa pesquisa, obtemos a ciência de que é perceptível a carência da inteligência emocional nas redes de fast-food. Onde há a necessidade de implementação da IE nas redes de fast-food, essa habilidade permite compreender e gerir emoções, construir relacionamentos saudáveis e promover o crescimento pessoal.

De fato, muitos são os desafios ao se pensar em uma implementação de inteligência emocional, ao colocarmos em questão que, a gestão precisa se prontificar e enxergar essa necessidade em sua própria gestão, optando em primeira demanda aplicar em si mesmo as mudanças que a inteligência emocional propor e em seguida aplicando em seu cotidiano e aos colaboradores de sua empresa.

A inteligência emocional desempenha um papel importante no setor de fast-food. Os funcionários que possuem alta inteligência emocional são mais capazes de lidar com situações estressantes e exigentes, como o caso de lidarem com clientes insatisfeitos.

Com a habilidade de reconhecer e gerenciar suas próprias emoções, os funcionários podem lidar de forma adequada com o estresse e frustrações, evitando reações impulsivas e explosivas. Esses colaboradores mantêm a calma em situações desafiadoras e encontram soluções construtivas para o surgimento desses problemas.

Também é valiosa na construção de relacionamentos, trabalho e equipe eficaz. Funcionários com essa habilidade são mais capazes de se comunicar de forma clara e respeitosa, ouvir ativamente as preocupações dos colegas e resolver conflitos de maneira construtiva.

Em resumo, a inteligência emocional é uma habilidade crucial no setor de fast-food. Os funcionários que possuem essa competência são mais capazes de lidar com situações estressantes, fornecer um atendimento de qualidade aos clientes e colaborar efetivamente com seus colegas de trabalho. Isso pode levar a um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo, bem como ao sucesso individual e organizacional no setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Igor. **O que é Metodologia**. In: **Significado de Metodologia (O que é, Conceito e Definição)**: Revisão por Igor Alves Educador desde 2009, professor de Língua Portuguesa licenciado pela Universidade Federal do Pará. Criador de conteúdo online desde 2021., 2021. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/metodologia/>> Acesso em: 22 abr. 2024.

CANINEO, Guilherme. **Atendimento ao cliente**: 3 dicas sobre como melhorar na sua empresa - G4 Educação. Disponível em: <<https://g4educacao.com/portal/como-melhorar-o-atendimento-ao-cliente>>. Acesso em: 16 mar. 2024.

CHIAVENATO, I. (1999). **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Editora Campus.

CR BASSO EDUCAÇÃO. **5 iniciativas para promover a saúde mental nas organizações**. In: <https://crbasso.com.br/blog/5-iniciativas-para-promover-a-saude-mental-nas-organizacoes/>. [S. l.], [s.d.]. Disponível em: <https://crbasso.com.br/blog/5-iniciativas-para-promover-a-saude-mental-nas-organizacoes/>. Acesso em: 23 maio 2024.

DARBY, Jayson. **Inteligência Emocional no Local de Trabalho - Um Guia Completo**. Thomas International Ltd, 14 maio 2023. Disponível em: <https://www.thomas.co/pt-br/resources/type/hr-guides/inteligencia-emocional-no-local-de-trabalho-um-guia-completo>. Acesso em: 23 abr. 2024.

DOS, R.; BARBOSA, S.; CARLOS ESTENDER, A. **A Gestão Estratégica de Pessoas -uma Ferramenta Necessária a Toda Companhia**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/18720144.pdf>>. Acesso em: 9 mar. 2024.

ENIAC (Guarulhos). **Automotivação**: o que é, importância e mais! [S. l.], 1 nov. 2023. Disponível em: <https://www.eniac.com.br/blog/automotivacao-o-que-e-importancia-e-mais>. Acesso em: 14 mar. 2024.

ENCICLOPÉDIA SIGNIFICADOS. **Significado de Fast-food (O que é, Conceito e Definição)**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/fast-food/>>. Acesso em: 8 mar. 2024.

FIA. **Relacionamento Interpessoal**: o que é e como melhorar na vida profissional? Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/relacionamento-interpessoal/#:~:text=Relacionamento%20interpessoal%20%C3%A9%20o%20v%C3%ADnculo>>. Acesso em: 13 mar. 2024.

FISCHER, André Luiz. **Um resgate conceitual e histórico dos modelos de gestão de pessoas**. In: FLEURY, Maria Tereza Leme; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. *As pessoas na organização*. 12. ed. São Paulo: Gente, 2002.

FREITAS, MCS., FONTES, GAV., and OLIVEIRA, N., org. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura** [online]. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. ISBN 978-85-232-0543-0. Available from SciELO Books <<https://books.scielo.org/>>.

GÓES, J. A. W. **Mudanças de hábitos alimentares e saúde**: um estudo em fast food. 2005. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Instituto de Saúde Coletiva, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional - a Teoria Revolucionária Que Define o Que É Ser Inteligente**. Editora Objetiva LTDA. Rio de Janeiro. 2011.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva. 1995.

GOLEMAN, Daniel. **O que faz um líder**. Harvard Business Review. 1998.

KRZNARIC, Roman. **O que é empatia? Filósofo especialista Roman Krznaric explica (e ensina a aplicá-la na carreira)**. [S. l.], 8 jul. 2020. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/o-que-e-empatia-roman-krznaric/>. Acesso em: 16 mar. 2024.

Mayer, J. D., DiPaolo, M.T., & Salovey, P. (1990). **Perceiving affective content in ambiguous visual stimuli**: A component of emotional intelligence. *Journal of Personality Assessment*, 54, 772-781.

MOURÃO, Fabiana. **O que é Habilidade de autorregulação emocional?** [S. l.], 16 jul. 2023. Disponível em: <https://psicologosemmanaus.com.br/glossario/o-que-e-habilidade-de-autorregulacao-emocional/>. Acesso em: 15 mar. 2024.

NEVES, ROLLO. **Pilares da inteligência emocional. Conceito de Atendimento ao Público**, [S. l.], p. 2, 20 mar. 2019.

PEREIRA, R. A. **Importância da qualidade no atendimento ao público**. *Exacta*, v. 10, n. 3, p. 349–355, 21 dez. 2012.

PIMENTA, Tatiana. **Autoconhecimento**: chave para alta performance e sucesso pessoal. [S. l.], 14 ago. 2019. Disponível em: <https://www.vittude.com/blog/autoconhecimento-sucesso-pessoal/>. Acesso em: 14 mar. 2024.

ZENDESK. **Inteligência emocional no trabalho: o que é? Como desenvolvê-la?**. In: *Inteligência emocional no trabalho: o que é? Como desenvolvê-la?*. [S. l.], 12 fev. 2024. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/inteligencia-emocional-no-trabalho/>. Acesso em: 23 maio 2024.

ZENVIA. **Pilares do bom atendimento ao público + 3 dicas fundamentais**. Disponível em: <https://www.zenvia.com/blog/atendimento-ao-publico/#:~:text=Conceito%20>. Acesso em: 2 mar. 2024.

APÊNDICES

Inteligência emocional nas empresas: estudo de caso em empresas de Fast- Food

*Iniciamos esse estudo de caso para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso, da instituição ETEC Irmã Agostina do curso Técnico em Administração.

Nosso trabalho irá abordar sobre o uso da inteligência emocional nas empresas entre, chefes, funcionários e clientes.

Nosso trabalho segue a risca a **lei LGPD** (Lei Geral de Proteção de Dados), ou seja, nenhuma informação será divulgada sem o consentimento do envolvido.

* Indica uma pergunta obrigatória.

Explicando um pouco sobre o tema:

A inteligência emocional é a capacidade de gerenciar as próprias emoções, e até mesmo as emoções dos outros. Em empresas de fast-food a inteligência emocional é fundamental para lidar com situações de alta pressão e interações com uma variedade grande de clientes e colegas, pois nem todos tem as mesmas atitudes ou pensamentos que você.

1. Você acha que a Inteligência Emocional é aplicada no seu ambiente de trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

Sim.

Não.

2. Você acha que a Inteligência Emocional é importante para que a equipe lide melhor com conflitos internos? *

Marcar apenas uma oval.

Sim.

Não.

28/05/2024, 11:39

Inteligência emocional nas empresas: estudo de caso em empresas de Fast-Food

3. O quanto a inteligência emocional é importante para os funcionários que lidam com clientes? *

Marcar apenas uma oval.

- Muito
- Razoável
- Pouco

4. O emocional dos cargos superiores pode impactar no desempenho das equipes? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim.
- Não.

5. A pressão do seu ambiente de trabalho afeta mais... *

Marcar apenas uma oval.

- O âmbito profissional.
- O âmbito pessoal.
- Em ambos.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

Inteligência emocional nas empresas: estudo de caso em empresas de Fast-Food

95 respostas

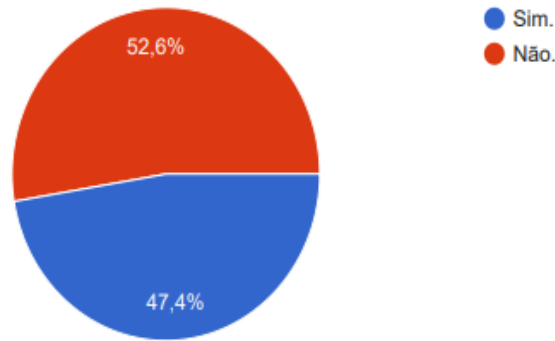
[Publicar análise](#)

Explicando um pouco sobre o tema:

Você acha que a Inteligência Emocional é aplicada no seu ambiente de trabalho?

[Copiar](#)

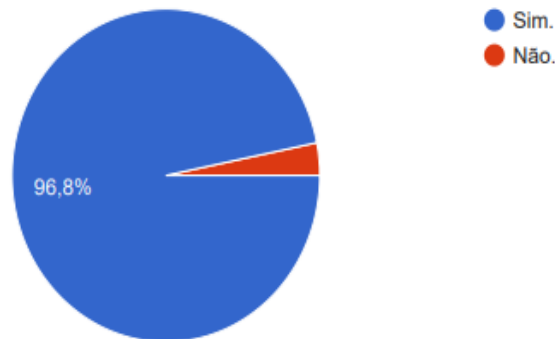
95 respostas



Você acha que a Inteligência Emocional é importante para que a equipe lide melhor com conflitos internos?

[Copiar](#)

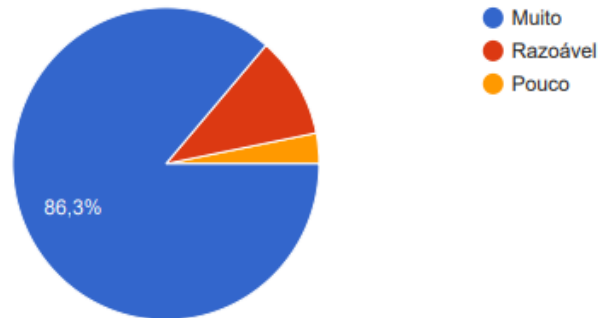
95 respostas



O quanto a inteligência emocional é importante para os funcionários que lidam com clientes?

 Copiar

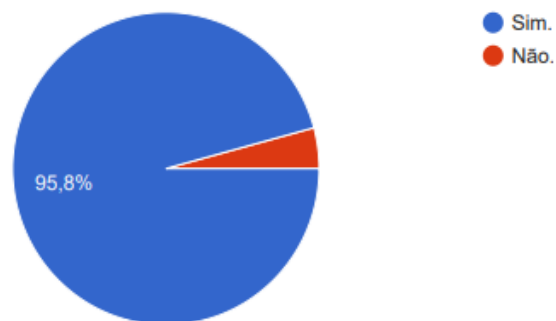
95 respostas



O emocional dos cargos superiores pode impactar no desempenho das equipes?

 Copiar

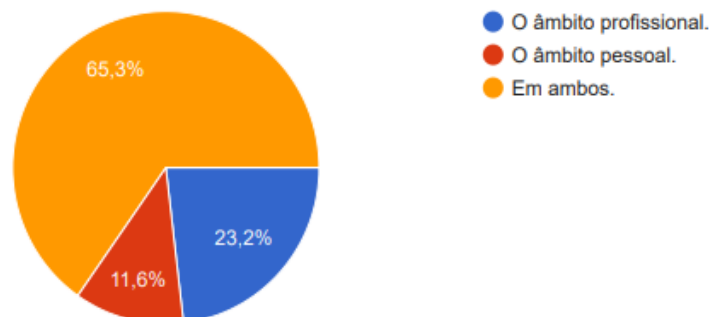
95 respostas



A pressão do seu ambiente de trabalho afeta mais...

 Copiar

95 respostas



Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

