

Administração, Empreendedorismo e Inovação

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Administração, Empreendedorismo e Inovação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação [recurso eletrônico] /
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo
e Inovação; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-314-9

DOI 10.22533/at.ed.149190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por **Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este primeiro volume é composto por vinte e três capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “Comprometimento e Satisfação no Trabalho em uma Instituição Filantrópica de Apoio à Criança com Câncer” e objetivou compreender a relação entre a satisfação dos colaboradores e o comprometimento com o trabalho em uma Instituição Filantrópica na cidade de João Pessoa – PB, que tem como missão cuidar de crianças portadoras de câncer. O segundo capítulo tem como título “Como a Satisfação dos Funcionários Influencia o Clima Organizacional? Estudo de Caso em Empresa do Setor Educacional” e objetivou estudar como o clima organizacional se relaciona com a satisfação de funcionários de uma empresa do setor educacional do interior do estado de São Paulo. O terceiro capítulo, intitulado “Diagnóstico de Clima Organizacional e sua Influência na Saúde Mental do Empregado”, teve como objetivo realizar pesquisa sobre diagnóstico de clima organizacional em Instituição Bancária de grande porte na cidade de Goiânia, estado de Goiás.

O quarto capítulo, intitulado “Qualidade de Vida no Trabalho de Profissionais Expatriados para Índia e China”, objetivou caracterizar a percepção de profissionais expatriados para Índia e China sobre a sua qualidade de vida no trabalho. O quinto capítulo, intitulado “Gestão de RH e o Processo de Higiene, Saúde e Segurança do Trabalho: análise na empresa Gerdau à luz das ações de Recursos Humanos Sustentável”, buscou descrever o processo de Higiene, Saúde e Segurança do Trabalho desenvolvido pela Gerdau João Pessoa, bem como identificar suas ações sustentáveis referente a esse processo de gestão de recursos humanos. O sexto capítulo tem como título “O Engajamento como Ferramenta para a Melhoria da Produtividade e dos Resultados nas Empresas” e objetivou identificar a relevância do engajamento até se chegar em um conjunto de comportamentos gerados nas empresas que utilizam e as que não utilizam o engajamento como ferramenta.

O sétimo capítulo é intitulado “As Múltiplas e Interligadas Competências do Líder” e objetivou discutir as múltiplas e interligadas competências do líder. O oitavo capítulo

tem como título “O Papel do Líder na Administração do *Turnover*” e objetivou demonstrar alternativas para o líder atuar, preventivamente, na administração do *turnover* dentro das organizações. O nono capítulo, intitulado “O Perfil do Gestor do Município de Cravolândia na Escola Áurea Cravo”, objetivou abordar como está o papel do gestor escolar e propor uma reflexão sobre essa gestão.

O décimo capítulo é intitulado “A Inteligência Competitiva como Meio para Obtenção e Proteção de Vantagem Competitiva da Firma” e objetivou avaliar como o conceito de inteligência competitiva poderia se configurar como meio de obtenção e proteção da vantagem competitiva da firma. O décimo primeiro capítulo tem como título “Diagnóstico do Desempenho Estratégico em Micro e Pequenas Empresas com Aplicação do *Balanced Scorecard*” e investigou a convergência de fins e meios entre os enfoques de gestão do desempenho estratégico e gestão da competitividade em micro e pequenas empresas. O décimo segundo capítulo, intitulado “Processo Decisório em Ambiente Organizacional”, teve como objetivos estudar os conceitos dos processos decisórios e discutir as relações entre a tomada de decisão e o processo decisório no contexto organizacional.

O décimo terceiro capítulo tem como título “Governança num Laticínio do Sul Goiano sob a Ótica da Economia dos Custos de Transação” e buscou caracterizar e analisar a estrutura de governança de um laticínio na região Sul de Goiás sob a ótica da economia dos custos de transação. O décimo quarto capítulo é intitulado “Caso Rápido & Barato: vamos entregar logo a encomenda?” e trata-se de um caso de ensino que examina o tema da produtividade dos empregados de uma empresa privada de coleta e entrega de encomendas. O décimo quinto capítulo é intitulado “Um Fabricante, Múltiplas Marcas” e problematiza aspectos da concentração de mercado no segmento alimentar brasileiro a partir da concentração de marcas por um seletivo grupo de empresas.

O décimo sexto capítulo tem como título “Marcas, Marketing e Consumo nos Trens Urbanos” e objetivou problematizar as apropriações e os usos que são feitos dos produtos ditos “de marca” para impulsionar o comércio daqueles “sem marca”. O décimo sétimo capítulo é intitulado “Imagem-Conceito da Marca Scania – Por Trás de Todo Motorista Existe um Caminhão, Por Trás de Todo Caminhão Existe uma Marca” e objetivou verificar a imagem-conceito da marca Scania perante seus públicos. O décimo oitavo capítulo tem como título “Marketing: Análise do Comportamento do Consumidor e a Decisão de Compra” e objetivou contribuir para compreensão da importância dos elementos do marketing, bem como, retratar e analisar o comportamento do consumidor e a decisão de compra na população de baixa renda.

O décimo nono capítulo, intitulado “Envolver e Conquistar: uma análise sobre a estratégia de lançamento do *revival* da série *Gilmore Girls* pela Netflix”, teve como objetivo refletir sobre as estratégias de lançamento de histórias seriadas através do canal de *streaming* Netflix. O vigésimo capítulo tem como título “O Efeito de Moderação Geracional sobre a Aceitação e o Uso de Novas Tecnologias: uma análise do uso

de internet em smartphones” e tem o propósito de ampliar o entendimento sobre o comportamento do consumidor de novas tecnologias. O vigésimo primeiro capítulo é intitulado “O Papel da Inteligência Competitiva e do Marketing no Desenvolvimento de Produtos Inovadores” e objetivou estudar a inteligência competitiva como apoio ao marketing no desenvolvimento de produtos inovadores.

O vigésimo segundo capítulo é intitulado “O Planejamento Estratégico de Marketing da Agência de Publicidade e Propaganda Hiato Comunicação” e apresenta os principais dados estratégicos da Agência Hiato Comunicação. O vigésimo terceiro capítulo tem como título “O Potencial da Neurociência no Trabalho dos Publicitários” e objetivou caracterizar e pontuar as principais ferramentas da Neurociência que se aplicam ao universo da Publicidade e Propaganda.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
COMPROMETIMENTO E SATISFAÇÃO NO TRABALHO EM UMA INSTITUIÇÃO FILANTRÓPICA DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER	
Allisson Silva dos Santos Reginaldo Elias Chaves Thiago Gomes Gama Maria Luiza da Costa Santos	
DOI 10.22533/at.ed.1491908051	
CAPÍTULO 2	12
COMO A SATISFAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS INFLUENCIA O CLIMA ORGANIZACIONAL? ESTUDO DE CASO EM EMPRESA DO SETOR EDUCACIONAL	
Gabriela Troyano Bortoloto	
DOI 10.22533/at.ed.1491908052	
CAPÍTULO 3	21
DIAGNÓSTICO DE CLIMA ORGANIZACIONAL E SUA INFLUÊNCIA NA SAÚDE MENTAL DO EMPREGADO	
Rosângela Alves de Lima Gleyciane Mendes da Silva Marcela Neres Ribeiro Andréa Batista Magalhães	
DOI 10.22533/at.ed.1491908053	
CAPÍTULO 4	39
QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DE PROFISSIONAIS EXPATRIADOS PARA ÍNDIA E CHINA	
Graziele Zwielewski Suzana da Rosa Tolfo	
DOI 10.22533/at.ed.1491908054	
CAPÍTULO 5	67
GESTÃO DE RH E O PROCESSO DE HIGIENE, SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO: ANÁLISE NA EMPRESA GERDAU À LUZ DAS AÇÕES DE RECURSOS HUMANOS SUSTENTÁVEL	
Amanda Raquel de França Filgueiras Damorim Luciane Albuquerque Sá de Souza Luciano de Santana Medeiros Eduardo Albuquerque de Sá Emanoela Moura Toscano Simone Moura Cabral Odaelson Clementino da Silva Manuelle Cristine Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1491908055	
CAPÍTULO 6	85
O ENGAJAMENTO COMO FERRAMENTA PARA A MELHORIA DA PRODUTIVIDADE E DOS RESULTADOS NAS EMPRESAS	
Juliano Keller Alvez Vanderlei Luiz Dias Leonard Almeida de Moraes Édis Mafra Lapolli	
DOI 10.22533/at.ed.1491908056	

CAPÍTULO 7	99
AS MÚLTIPLAS E INTERLIGADAS COMPETÊNCIAS DO LÍDER	
Francynete Silva Portela Brito	
Iago Vasconcelos Teixeira	
Isabella de Oliveira Tomaz	
Kátia Lorena das Chagas Wenceslau	
Martha Pereira Silva	
Valeska Moreira Gomes	
André Luiz Marques Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.1491908057	
CAPÍTULO 8	110
O PAPEL DO LÍDER NA ADMINISTRAÇÃO DO TURNOVER	
Daniel Melanda Signorini	
Jerson Joaquim da Silva	
Lucas Bertasso Martos	
DOI 10.22533/at.ed.1491908058	
CAPÍTULO 9	120
O PERFIL DO GESTOR DO MUNICÍPIO DE CRAVOLÂNDIA NA ESCOLA ÁUREA CRAVO	
Claudemir Nascimento Araujo Santos	
Alexandro Santos Barros	
DOI 10.22533/at.ed.1491908059	
CAPÍTULO 10	128
A INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO MEIO PARA OBTENÇÃO E PROTEÇÃO DE VANTAGEM COMPETITIVA DA FIRMA	
Jorge Ivan Correa Junior	
DOI 10.22533/at.ed.14919080510	
CAPÍTULO 11	143
DIAGNÓSTICO DO DESEMPENHO ESTRATÉGICO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COM APLICAÇÃO DO BALANCED SCORECARD	
Antonio Guerra Junior	
Francisco Alexandre Regina	
DOI 10.22533/at.ed.14919080511	
CAPÍTULO 12	157
PROCESSO DECISÓRIO EM AMBIENTE ORGANIZACIONAL	
Fabrícia Cândida Aparecida de Paula Raggi	
Ana Cristina Mende Muchon	
Daniela Vasconcelos Cardoso de Assunção	
Evelyne Lopes Ferreira	
Wagner Cardoso Silva	
DOI 10.22533/at.ed.14919080512	
CAPÍTULO 13	166
GOVERNANÇA NUM LATICÍNIO DO SUL GOIANO SOB A ÓTICA DA ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO	
Maryele Lázara Rezende	
Vagner Rosalem	
Cássia da Silva Castro Arantes	
DOI 10.22533/at.ed.14919080513	

CAPÍTULO 14	182
CASO RÁPIDO & BARATO: VAMOS ENTREGAR LOGO A ENCOMENDA?	
Wanderson Fernandes Modesto de Oliveira	
Walid Abbas El-Aouar	
Rodrigo José Guerra Leone	
DOI 10.22533/at.ed.14919080514	
CAPÍTULO 15	197
UM FABRICANTE, MÚLTIPLAS MARCAS	
Anderson Moraes de Castro e Silva	
Elizabeth Pereira Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.14919080515	
CAPÍTULO 16	212
MARCAS, MARKETING E CONSUMO NOS TRENS URBANOS	
Anderson Moraes de Castro e Silva	
Elizabeth Pereira Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.14919080516	
CAPÍTULO 17	230
IMAGEM-CONCEITO DA MARCA SCANIA POR TRÁS DE TODO MOTORISTA EXISTE UM CAMINHÃO POR TRÁS DE TODO CAMINHÃO EXISTE UMA MARCA	
Artur Afonso Ceni	
DOI 10.22533/at.ed.14919080517	
CAPÍTULO 18	247
MARKETING: ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E A DECISÃO DE COMPRA	
Ivone Rodrigues Lima	
Carlos José dos Santos	
Naiane Dias Simões	
Vagner Rosalem	
Renata Alessandra Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.14919080518	
CAPÍTULO 19	255
ENVOLVER E CONQUISTAR: UMA ANÁLISE SOBRE A ESTRATÉGIA DE LANÇAMENTO DO REVIVAL DA SÉRIE GILMORE GIRLS PELA NETFLIX	
Amanda Pereira Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.14919080519	
CAPÍTULO 20	268
O EFEITO DE MODERAÇÃO GERACIONAL SOBRE A ACEITAÇÃO E O USO DE NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ANÁLISE DO USO DE <i>INTERNET</i> EM <i>SMARTPHONES</i>	
Luiz Henrique Lima Faria	
Antônio Carlos Giuliani	
Nádia Kassouf Pizzinatto	
Christiano França da Cunha	
Ronie Galeano	
Rafael Buback Teixeira	
Renata Sossai Freitas Faria	
Bruno Tardin Francischeto	
DOI 10.22533/at.ed.14919080520	

CAPÍTULO 21	289
O PAPEL DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E DO MARKETING NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS INOVADORES	
Renata Giacomini Menezes	
Cristiana Fernandes De Muylder	
Jefferson Lopes La Falce	
DOI 10.22533/at.ed.14919080521	
CAPÍTULO 22	301
O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING DA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA HIATO COMUNICAÇÃO	
Lucas Coimbra de Araújo	
Cid Gonçalves Filho	
Sônia Aparecida Martins Lazzarini	
DOI 10.22533/at.ed.14919080522	
CAPÍTULO 23	316
O POTENCIAL DA NEUROCIÊNCIA NO TRABALHO DOS PUBLICITÁRIOS	
Lucas Coimbra de Araújo	
Cid Gonçalves Filho	
Carlos Alberto Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.14919080523	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	330

AS MÚLTIPLAS E INTERLIGADAS COMPETÊNCIAS DO LÍDER

Francynete Silva Portela Brito

Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Iago Vasconcelos Teixeira

Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Isabella de Oliveira Tomaz

Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Kátia Lorena das Chagas Wenceslau Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Martha Pereira Silva

Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Valeska Moreira Gomes

Centro Universitário Augusto Motta- UNISUAM – RJ.

André Luiz Marques Gomes

Centro Universitário Augusto Motta – UNISUAM – RJ.

Secretária Municipal do Estado do rio de Janeiro,
Escola Municipal Ginásio Carioca Aleksander
Henryk Laks – 7ªCRE.

INTRODUÇÃO

O tema de liderança é antigo e sempre atual, isto, porque a necessidade de conduzir equipes, ou projetos, está intimamente em todos os momentos dos contextos profissionais e sempre exigindo o aperfeiçoamento pessoal

e principalmente dos líderes que necessitam na atualidade em busca da efetividade. O líder tem competências através dos conhecimentos (C), das habilidades (H) e das atitudes (A) que possui ou adquire com as práticas diferentes. Existem vários tipos de competências a serem adquiridas ao longo da carreira outras simplesmente acompanhada pela personalidade e características de cada líder que além de inspirar e motivar, o líder é uma referência de atitude, disposto a valorizar as habilidades individuais respeitando as dificuldades e trabalhando em conjunto. O Mapa Mental é uma forma de se identificar as competências necessárias para líder e como as competências estão entrelaçadas, como se desenvolve as características e os objetivos que em conjunto formam uma metodologia de trabalho para a liderança. O Mapa Mental da liderança é um facilitador do desenvolvimento das as capacidades dos colaboradores e do senso de equipe, e se aplicado e engajado nos diferentes setores tem demonstrado grande utilidade no entendimento das motivações e limitações das pessoas. Sendo uma técnica que permite ao gestor uma abordagem sistemática da comunicação com os colaboradores, colegas e superiores a um notável aumento de qualidade. É uma ferramenta que interligamos

com as competências pessoas para enxergar a semelhança e traçar estratégias para alcançar os objetivos individuais e de grupo.

DESENVOLVIMENTO

Competência de um líder segundo BISOGNANO e KENNEY (2015) é ser o integrador das competências de uma equipe, sabendo reconhecer suas limitações e as capacidades de seus comandados, que se interliga com autoconfiança que segundo Lourenço (2014), qualquer um de nós pode se tornar um líder exemplar, mas isso significa, obrigatoriamente, desenvolver a autoconfiança, desafiar crenças limitantes, sair da zona de conforto, assumir a responsabilidade pelos resultados, suspender o julgamento e abrir-se para o aprendizado.

Para Ferreira, (2018) O interpessoal e o autoconhecimento são competências marcantes para o líder facilitando a representação formal e suas atitudes na organização da equipe e nas estratégias de execução das tarefas, o que determina uma aplicabilidade das competências flexibilidade e adaptabilidade, que cria horizontes novos de aprendizados, que contribuirão para importantes perspectivas como: entender qual é o seu propósito de vida e seus objetivos; o que está pretendendo fazer e como se diferenciar; quais são as necessidades que o motivam; quais são suas competências e como elas podem funcionar para alavancar os resultados desejados. Pessoas adaptáveis são receptivas ao ensino, à instrução, à correção. Aceitam a visão do outro como uma possibilidade de um novo caminho, uma nova saída, e estão dispostas a mudar, pois mudar é crescer.

Na visão continuada de competências o ser Multifacetário é aquele indivíduo versátil, com várias facetas ou diferentes aspectos de interação em função das necessidades do setor ou dos ambientes empresariais, o que exige diferentes facetas profissionais, com o mesmo comportamento, integridade e ética.

Comando que para Marques (2016), é o poder que o líder tem desenvolver sua equipe, engajá-la nas rotinas do trabalho, que mesmo em função das diferenças de área é proporcionar uma isonomia de habilidades e atitudes. É válido ressaltar que, um dos facilitadores do comando é uma hierarquia formalizada, bem estruturada, com todos os regulamentos e procedimentos claros e descritos, mostrando respeito para com todos e Interpessoal fixado e sim normatizado. Desta forma facilita a interação e a dedicação por parte de todos os envolvidos, todo esse esforço é importante para fazer valer o compromisso imposto, que se todos conhecem suas funções e seus atributos o líder tem facilidade interligar as pessoas e os setores, propiciando ações mais coerentes para delegar as tarefas em função dos atributos e das competências.

Para Serra (2015), o processo de delegar trabalho a um colaborador pressupõe dar Comando: capacidade que vai fazer com que alguém faça aquilo que deve ser feito naquele momento, seja qual for a influência que a pessoa possui. Ter responsabilidade:

a obrigação de assumir uma tarefa específica na organização que inclui também o poder de decidir, no contexto em que é exercida. A delegação é considerada um dos instrumentos mais importantes de gestão que o líder possui, seja por favorecer o desenvolvimento e a motivação de seus colaboradores, seja para reforçar a produtividade da sua equipe.

A empatia significa o ato de uma pessoa conseguir se colocar no lugar de outra e entender o que essa está passando (MARQUES, 2017). A capacidade psicológica que a empatia propõe é muito importante para fazer com que diferentes pessoas compreendam o que a outra está vivendo e por isso, sintam-se mais solidárias e compassivas. Só que esse sentimento não acontece somente no âmbito pessoal, pois o ambiente profissional também exige muita empatia para que as relações de trabalho sejam mais leves, respeitadas, congruentes e produtivas, que se interliga com Ser Exemplo, que segundo Sá (2015), uma conduta ética no trabalho, seguindo padrões e valores, tanto da sociedade quanto da empresa, é fundamental para o alcance da excelência em qualquer área de trabalho, que se interliga com Caráter que para Leonnardo (2008), o conjunto de formas comportamentais mais elaboradas e determinadas pelas influências ambientais, sociais e culturais, que o indivíduo usa para adaptar-se ao meio. Ao contrário do temperamento, o caráter é predominante volitivo (depende da vontade) e intencional. De modo geral temperamento e caráter estão intimamente associados. Dessa forma podemos dizer que Personalidade é a interação dos aspectos físicos, temperamentais e caracterológico, que se interliga com Relacionamento de controle que de acordo com Colamego (2014), portanto, sua liderança precisa ser presente, precisa focar nas pessoas, precisa mostrar compromisso com elas, é com essa disposição que os laços se fazem, se fortalecem e os sólidos resultados acontecem.

Importante frisar que para Veronesi (2014), aconteça o que acontecer, o líder tem que assumir a responsabilidade pelos resultados. No momento de sucesso o líder deve parabenizar a equipe por esta conquista, e em um eventual fracasso ele deve instigar a todos a pensarem em possíveis aprendizados com aquela situação, que se interliga com não ser negligente que segundo BISOGNANO e KENNEY (2015) a integridade é a qualidade mais valiosa e respeitada da liderança. Mantenha sempre a sua palavra, assumir os compromissos realizados, mesmo com positividade ou negatividade de resultados. Trazer o colaborador para o jogo é mais fácil quando aplicamos com responsabilidade e não negligenciando seus comandos com um olhar, imprescindível, para entender as particularidades e necessidades de cada pessoa de sua equipe, criando uma relação de valor entre os colaboradores, bem como saber como motivá-los e extrair de cada um seu melhor potencial. Sendo um verdadeiro parceiro que de acordo com Ilharco, Mourinho e Lourenço (2007), “eu não mando, eu guio. Pretendo prepará-los para a autonomia e dar condições para desenvolverem as suas capacidades”, pois para estes autores é importante que o líder venha a que se interliga com Somar em sua equipe e não estabelecer ordens e sim levar as pessoas

a realizarem suas tarefas, é influenciá-las, mostrar boa vontade em favor do coletivo.

Para Saraiva (2016), “Um líder é sobretudo um farol que orienta comportamentos, atitudes e motivação naqueles que lidera.” Motivador de acordo com Bortotto (2012), as pessoas precisam de doses extras de motivação, por mais que, muitas vezes, a motivação seja intrínseca. É claro que as pessoas motivam-se por estímulos diferentes, dependendo do nível, idade, aspiração, dentre outros fatores. Às vezes, para uma pessoa, o mais importante é um feedback; para outra, um reconhecimento em público; para outra, um prêmio. As pessoas têm motivações diferentes. Descobrir a motivação de cada membro e trabalhar para que se sintam estimulados é uma das tarefas do bom líder, sendo assim, ser companheiro na visão de Antunes, Stefano e Berlato, (2013), é estar ao lado do seu grupo em todas as circunstâncias, onde a equipe possa olhar o líder e se sentir segura, desta forma, é necessário tomar posição e se tornar referência, no processo constante de desenvolvimento dos seus liderados, tanto na hora de cobrar quanto de agradecer pelos bons feitos, é importante saber ouvir, competência facilitadora da relação entre a liderança e o liderado, sendo um super motivador, pois o liderado se sente acreditado, apoiado em todos os momentos, na dificuldades se sente seguro e tranquilo para tomar uma decisão inteligente para o quadro atual da empresa.

A habilidade de ouvir abrange a capacidade de evitar em fazer pressupostos do que será dito, disposição de parar, limpar a mente e deixa-la aberta para novos pensamentos e ideias, ouvir com atenção. Para os que assumem uma posição de liderança, saber ouvir é um desafio. Isto porque os líderes focam em resultados, e geralmente são impacientes, não muito dispostos a ouvir, mas para os que contemplam essa característica podem obter alguns benefícios se apresenta como uma posição de humildade que, de acordo com Andriolo (2017), é uma competência em que esta diretamente ligada em saber se colocar no lugar do outro e não projetar todas as suas habilidades sobre ele, é enxergar o liderado de acordo com suas habilidades e limitações, sem se colocar em um nível superior, ou como profundo conhecedor das tarefas diárias os das formulações de decisões para os melhores resultados. Para que o líder desenvolva todas as suas competências e de seus comandados é necessário se conectar as pessoas, pois para Varella e Moura (2013) é estar ao lado, acompanhado as tarefas difíceis e fáceis, estar junto aos resultados, apresentando que os mesmos são conquistados por meio do esforço coletivo do trabalho em equipe, o bom funcionamento do grupo depende do relacionamento construtivo que o líder cria, propiciando um ambiente em que os integrantes podem complementar suas habilidades e saibam trabalhar com as diferenças, que se interligar com Influenciador para Iharco, Mourinho e Lourenço (2007) o líder não pode usar apenas um estilo de liderança, uma única forma de influenciar o desempenho de outras pessoas. Ao contrário, precisa utilizar vários estilos de liderança, conforme as diferentes necessidades dos seus colaboradores. Logo, a crença é de que não existe um método único e superior para a gestão das pessoas. A ideia é que os gerentes devem adaptar seu estilo de liderança

ao nível de desenvolvimento dos empregados em cada tarefa específica.

Agregador é uma competência que para Torres e Torres (2014) é essencial para o desenvolvimento das estratégias empresariais, pois cria um ambiente favorável para a conquista de resultados sustentáveis, sempre acrescenta propostas de forma positiva e contribui de forma significativa para o direcionamento e a cultura da empresa, facilita a flexibilidade, a ética e o respeito entre as pessoas, demonstra experiência e segurança para as tomadas de decisões, pois o líder tem necessidade de tomar decisão de alguma forma distinta. Varella e Moura (2013), a capacidade de tomar decisões e a experiência, as habilidades apresentadas na prática diária, estão estreitamente relacionadas na operação de uma competência. Tomar uma decisão, muitas vezes, implica certo grau de improvisação, mas uma improvisação orientada pelos resultados anteriores, não é por outro motivo que um piloto treina centenas de horas de voo antes de ser considerado apto a comandar um grande avião, é a experiência que dá ao piloto condições de tomar a decisão correta para determinada situação.

Torres e Torres, (2014) entender o conceito de organização tem como propósito conduzir seus negócios, relacionando a alocação de insumos e as competências de seus colaboradores, Deve destacar não apenas a importância de servir aos clientes ou entender suas necessidades, mas sim de se colocar no lugar deles. O propósito certamente é um fator motivacional, pois ele conecta não apenas as mentes das pessoas, mas também suas emoções. Ele inspira todos os colaboradores a fazerem um bom trabalho, pois deixa claro qual o impacto do trabalho deles nas vidas de outras pessoas. Drucker (2011) descreve que se ter a vontade de saber o que uma empresa é, ter que começar com o seu propósito. E o propósito deve estar fora do negócio em si, ele deve estar na sociedade, já que uma organização é parte da sociedade. A partir deste pensamento a competência Ser Culto, que está ligado a cultura geral é uma ferramenta que desenvolve qualquer tipo de metodologia de trabalho, facilita as relações e as capacidades de interação social, esta competência gera um líder com facilidade de articular entre os comandados como também elevar seu poder de argumentação, ou seja, proporcionar sempre valor nas argumentações tanto para ele, para o liderado e para empresa. Para Varella e Moura (2013) um engajamento com propósito acompanha grandiosidade em tudo e é altamente responsável pelo entusiasmo das pessoas com elevado nível de desempenho.

Responsabilidade social, que na visão de Cardozo e Silva (2014), significa o grau de obrigações que uma organização assume por meio de ações que protejam e melhorem o bem-estar da sociedade, comunidade e dos próprios colaboradores, à medida que procura atingir seus próprios interesses, sem olhar para o todo, a visão de qualidade se perde, pois para Bisognano e Kenney (2015) qualidade é atender de forma efetiva necessidade do cliente, sem esquecer das capacidades dos colaboradores na aplicação dos conhecimentos. Para Espíndola a capacidade de controlar é uma competência essencial, pois junto a esta competência se agregam mais duas delegar e priorizar, as três juntas proporcionam uma performance de produtividade impulsionadora da

qualidade, pois qualidade depende do tratamento dos insumos por pessoas altamente capacidade em resolver os problemas do setor ou das tarefas (CAMPOS, 2013). Para Campos, (2013) atingir metas é a maneira mais objetiva do líder tirar o colaborador da subjetividade e indicar-lhe o foco de uma ação, além de cuidar da produção e de todas as suas fases. Assim entendendo as engrenagens da empresa, os objetivos e as metas da empresa necessitam saber analisar as necessidades atrelado com as capacidades da empresa, é tomar o todo e dividi-lo em partes menores até que se chegue a uma descrição clara e sucinta de cada uma das partes e possa se ter uma ideia fiel do todo. Analisar o mercado é um dos conceitos mais amplos e plurais que existem, sendo uma competência de saber usar os dados para ter informações pertinentes para a utilizá-las nas estratégias até a execução das tarefas. Para Torres e Torres (2014) a competência analisar pode ser utilizado em diferentes circunstâncias, quando o líder precisa alcançar resultados rápidos em cenários de grandes transformações, como, por exemplo, na implementação de novos sistemas.

Liderar sob pressão pode gerar reações de medo e revolta em decorrência da necessidade de se obedecer os procedimentos e os distintos comandos, os quais são impostos severamente por este estilo de liderança, que tem um caráter controlador, com apenas foco nas orientações das tarefas, Este trabalho se trona cada vez mais importante pois no momento em que se interliga as competências do líder, e assim utilizadas e aplicadas na rotina da empresa, a pressão não será um fator estressante e sim uma ferramenta de se manter o olhar e o foco. Utilizando este momento para ampliar a competência desejo de aprender, que segundo Paro, Speretta e Dellalibera-Joviliano (2015), o líder sabe que sempre pode aprender mais e que o conhecimento o ajudará em várias áreas empresariais e conseqüentemente da vida. O líder competente é aquele que aprende com as demais pessoas e com as experiências do dia a dia e vai em busca do conhecimento que gerem resultados para a empresa e para os liderados, desta forma estão sempre dispostos a avançar e crescer, o que pode gerar uma competência conhecida como convicção que para Paro, Speretta e Dellalibera-Joviliano (2015), é ter claro posicionamento sobre as suas escolhas e opiniões, sendo sempre positivo para trilhar caminho profissional com firmeza e transparecer confiança para todos dentro da empresa, facilitando poder de persuasão (CAMPOS, 2014), que é uma competência utilizada na capacidade de convencer que são realmente importantes, são a base da atual evolução para um futuro crescente para empresa e conseqüentemente na sua carreira, se tronando eficaz, que na visão de Varella e Moura (2013), é aquele que consegue aplicar energia em sua equipe, motivando-a e direcionando-a. Todos nós somos líderes em alguma área da nossa vida. Seja no âmbito pessoal ou profissional, sempre há um momento que nossa liderança pode fazer a diferença. E ser um líder eficaz é fundamental não só para alcançar os resultados que buscamos, mas para realizar as metas da equipe, mantê-la motivada e satisfeita com seus propósitos. Um líder eficaz precisa saber estimular a criatividade de seus colaboradores, potencializando suas competências em direção aos objetivos

da empresa.

A liderança é como a força que move uma organização para estar alinhada ao seu direcionamento estratégico, desta forma em todos os momentos o Líder terá que tomar diferentes posições, Tomar decisões (CAMPOS, 2014) exige muito de um líder, sendo necessário bastante atenção aos fatos e como lidar com os mesmos para determinar o que fazer, e ter uma inteligência emocional (JUNQUEIRA, COUTO, PEREIRA, 2011) que é uma competência de continuidade que auxilia no processo de comunicação e identidade da decisão feita pelo líder. Tomar decisões nunca é um ato simples e sim complexo, envolve a identificação do problema, bem como definir os critérios, analisar, escolher alternativas e verificar a eficácia da decisão e não só esquecer de como cada indivíduo deve se comunicar para se ter o resultados das tarefas e as decisões se mostrarem efetivas. O líder dentro do ambiente corporativo administra os demais colaboradores, garantindo que os processos estejam sendo feitos de maneira assertiva e com os resultados planejados dentro dos prazos definidos, que acaba gerando bons relacionamentos, esta competência está diretamente ligada a capacidade de ouvir, ser um bom ouvinte, e não apenas escutar, pois as pessoas que outros as escutem, e se o líder for um bom ouvinte, ele gera um relacionamento positivo, neste momento o liderado é acolhido e se trona mais integrado e assim mais disponível para os resultados, pois o relacionamento significativo e de confiança, permitindo que as pessoas sempre o procurem, possibilitando que as influenciem. Desta forma você empodera os liderados. O líder que tem a capacidade de relacionamento é um líder que consegue ao longo do tempo um ter um olhar diferenciado, para Minicucci, (2002) e Loureiro (2007), é ter uma visão muito abrangente da empresa, do mercado e, além de trabalhar nas metas formais da organização, e principalmente que todos os critérios, objetivos e metas passam pelos colaboradores e desta forma as relações olhar as habilidades e as atitudes de cada colaborador é o foco da aplicação do olhar diferenciado, mas não esquecer que é o objetivo fim de seu trabalho, e que auxilia neste processo é lembrar ao colaborador que tem suas próprias metas e convicções pessoais e que se deve ser aplicada e o facilitador é estar alinhada às da empresa, o impulse permanentemente em direção ao alvo.

Um líder determinado de acordo com (JUNQUEIRA, COUTO, PEREIRA, 2011), não tem e não dá desculpas, toma se decisões determinadas para o crescimento e desenvolvimento da empresa como um todo, mesmo em situações complicadas ou sem informações suficientes. O que fortalece esta competência é a disposição mental que imprimem nos seus pensamentos e atitudes, sendo um facilitador para o próprio desenvolvimento da carreira e de atitudes positivas para todos os liderados, a atitude mental do líder determinado, gera uma competência de grande importância, que é a de ser dedicado (DRUCKER, 2014), sendo aquele que se orienta mais para as diferentes tarefas, o mesmo para os relacionamentos, ou seja, é uma pessoa mais voltada para os detalhes que são necessários para finalizar as tarefas com total êxito, o que leva a competência esforçado que segundo Campos, (2014), é um legado para

o líder, pois é um exemplo bem percebido para suas equipes. Porque o líder, não pode se esquecer que ele parte da equipe e apenas que comanda pessoas. Ser assertivo começa sabendo que é parte da equipe, e como todos tem papel importante na entrega dos resultados, que estão intimamente ligadas a performance de cada colaborador. Se incluindo na equipe facilita a competência observador, que de acordo com Dino (2016), ser um bom observador, é estar atento a tudo o que está ao seu redor, pois observar gera um aprendizado, com várias informações da observação chegasse a capacidade de discutir. Através das discussões o líder ajuda os seus colaboradores a encontrarem uma solução eficaz para resolver qualquer problema, caso encontre dificuldades, tenha a humildade de querer aprender junto com a sua equipe, ou escutar alguém como uma solução mais apropriada, neste momento a competência criatividade, pode aflorar, pois para ser criativo necessita conhecer bem o negócio, ter informações e vivenciar bem, de acordo com Veronesi 2014, é importante aprender a ter decisões rápidas e lidar com imprevistos, e neste momento abusar da criatividade ajuda a concluir os desafios imbricados na condição de líder. Para facilitar a criatividade é necessário ser focado, (VARELLA e MOURA 2013) espera-se de um líder a capacidade de manter o foco e estar sempre concentrado nas decisões que ele terá que tomar, desta forma ser resiliente facilita o sucesso nas ações, na sua valorização pessoal, organizado, sendo o líder resiliente o que lida melhor com adversidades, pressões, estresse, sendo capaz de atravessar situações de crise tendo em vista sempre o cunho analítico para tomadas de decisões assertivas.

O líder tem a necessidade de ser comunicativo, usar bem e de forma assertiva as palavras para assim cativar sua equipe, uma boa comunicação é motivante, e facilitadora para conseguir com que a equipe alcance as metas, os objetivos da empresa, outro agregador é a competência carismático que consegue persuadir e convencer com maior facilidade os seus liderados. O líder carismático tem facilidade para motivar e contagiar as pessoas, pois são pessoas dotadas de entusiasmo e autoconfiança. O carisma contribui para que estes líderes consigam persuadir outros líderes e até mesmo seus superiores, sendo um transmissor de conhecimento, segundo Bravin (2013), para que o líder desenvolva esta competência, ele, precisa dominar o conhecimento e a forma de conhecimento deve ser aplicado e como o seu liderado entende o conhecimento e a relação com sua tarefa, objetivo e meta da empresa, sendo de suma importância dominar formas de passar as informações, como preparar a informação para ser transmitida, com o tempo, o líder, desenvolvem o dom de tornar as coisas mais claras e objetivas só e principalmente, com facilidade de transmitir as informações, tarefas e, até mesmo, o feedback, ferramenta tão necessária para o processo de relacionamento entre Líder, liderado e os processos organizacionais.

A competência coragem segundo Varella e Moura (2013), Implica em sair do lugar, arriscar, tentar, se mexer e não se acomodar. O líder é exatamente aquele que desacomoda, que interfere positivamente na rotina diária, que mobiliza as pessoas a seu favor, que define as metas, mostra os caminhos e faz com que todos tenham

vontade e orgulho de caminhar a seu lado.

CONCLUSÃO

Concluí se que as competências não estão isoladas, em sua maioria estão imbricadas entre elas, desta forma ser observador, empático, humilde, ouvinte, comunicador, sabem delegar, agregar, demonstram a para equipe serem esforçados, Influenciadores, apresentam um alto poder de persuasão e muita responsabilidade no seu cotidiano. De forma positiva são invejados, de forma saudável, querer ser idêntico ao líder, para auxiliar no processo de transformação da empresa. É necessário que saibam analisar o mercado, sejam exemplo, tenham um relacionamento de controle, tenham um bom relacionamento interpessoal, autocrítico, resiliente, criativo, tenham um propósito de atuação, tenham desejo de aprender, saibam conectar pessoas, somar, comandar, controlar, ser eficaz, atingir metas, ser dedicado.

Muitas organizações acreditam que como competência essencial, o líder, necessita saber transmitir conhecimento, pois é um sinal de maturidade do líder com o perfil de mercado, além de saber usar inteligentemente a coragem. O líder necessita também ser auto motivador, carismático, ter convicções, ser ético, entender o conceito de organização, liderar, e que tais competências vem com a experiência para atuar como um líder, porque tem muitas pessoas que têm experiência técnica, porém não sabem ser um bom líder, pois não possuem a experiência comportamental para a função. Além de ser auto confiante, saber ouvir, ser flexível e adaptável, parceiro, companheiro, ser culto e ter objetivos culturais e sociais, saber tomar decisão, e com isso saber trazer os colaboradores para o jogo, ser multifacetário, além de um olhar diferenciado, o que gera naturalmente a responsabilidade social, responsabilidade ambiental, pois, ser negligente nestas competências, geram desconfiança do grupo, e conseqüentemente perde a visibilidade sobre as competências anteriores. Ser persistente, sabendo a hora de continuar e parar, mudar para crescer e acertar e não persistir no erro. Ser determinado, focado e muito motivador. Para os colaboradores motivação é um fato que muda toda a estrutura da organização, pois tem grande facilidade para se conectar a equipe, sem ser desagradável ou até mesmo insistente de forma equivocada, sendo motivador o líder aprende todos os dias.

REFERÊNCIAS

ANDRIOLO, Felipe; 8 principais competências de um líder. Disponível em: www.administradores.com.br/artigos/carreira/8-principais-competencias-de-umlider/103777/ 4 de Abril de 2017.

ANTUNES, Enéia Viviane; STEFANO, Silvio Roberto; BERLATO, Heliani. A motivação para o trabalho e sua importância estratégica: Análise da perspectiva individual em uma empresa do ramo de auto peças e serviços. IV Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. Brasília/DF. Nov. 2013.

BISOGNANO, M.; KENNEY, C. Buscando o Triple AIM na saúde. Editora Atheneu, São Paulo, 2015.

BORTOTTO, Cíntia; As doze competências da liderança. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Lideranca/Artigo/8266/as-doze-competencias-dalideranca.html> 27 de Dezembro de 2012.

BRAVIN, Pablo; 20 atributos de um bom líder. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/negocios/20-atributos-de-um-bomlider/68560/> 30 de Janeiro de 2013.

CAMPOS, Vicente Falconi. Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia. 9ª edição, Editora Falconi. 2013.

CARDOZO, Carolina Garcia; SILVIA, Leiticia Oliveira. A importância do relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho. Interbio 8(2) jul-dez. 2014.

COLAMEGO, Eduardo; Liderança: a importância do relacionamento com os liderados. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/negocios/lideranca-aimportancia-do-relacionamento-com-os-liderados/83080/> 1 de Dezembro de 2014.

DINO; Características do novo líder nos dias atuais. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/caracteristicas-do-novo-lider-nos-dias-atuaisdino89076481131/> 7 de Abril de 2016.
DRUCKER, Peter F.. O gestor eficaz, editora Gen LTC, 2011.

ESPÍNDOLA, Rafaela; Tipos de liderança: quais os tipos e como funcionam. Disponível em: <https://www.edools.com/tipos-de-lideranca/> 24 de Março de 2017.

FERREIRA, Bruno; Líder com Propósito: Uma necessidade crescente. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/lider-com-proposito-uma-necessidadecrescente/111123/> 25 de Junho de 2018.

FONSECA, Mariana; 7 sinais de que você é um péssimo líder. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/7-sinais-de-que-voce-e-um-pessimo-lider/> 29 de Novembro de 2017.

ILHARCO, F.; MOURINHO, J.; LOURENÇO, Liderança - As lições de José Mourinho. Editora Booknomics, Espanha, 2007.

JUNQUEIRA, Fernanda Campos; COUTO, Elisama de Souza; PEREIRA, Marlon Kenupp da Silva. A importância da Inteligência emocional na atuação de um líder. VIII simpósio de excelência em Gestão é tecnologia. 2011.

LEONNARDO, Hugo; O comportamento na organização. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-comportamento-naorganizacao/23423/> 12 de Junho de 2008.

LOURENÇO, Levi; AUTOCONFIANÇA: O PRIMEIRO PASSO RUMO À LIDERANÇA. Disponível em: <https://opiniaorh.com/2014/12/03/autoconfianca-o-primeiro-passo-rumo-alideranca/amp/> 03 de Dezembro de 2014.

LOUREIRO, Eduardo; Liderança, Uma Visão Humanista. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/lideranca-uma-visaohumanista/14531/> 18 de Setembro de 2007.

MARQUES, José; UNIDADE DE COMANDO NA ADMINISTRAÇÃO: A IMPORTÂNCIA DA HIERARQUIA EM UMA EMPRESA. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/unidade-de-comando-na-administracao-importanciada-hierarquia-em-uma-empresa/> 30 de Julho de 2016.

MARQUES, Marcus; Empatia nas relações de trabalho – Como ela ajuda líderes e colaboradores. Disponível em: <http://marcusmarques.com.br/comportamento/empatia-relacoes-trabalho-como-ela-ajuda-lideres-colaboradores/> 11 de Janeiro de 2017.

MINICUCCI, A. Teste de Liderança Situacional (TLS): manual. São Paulo: Vetor, 2002.

PARO, Débora Silva; SPERETTA, Janaina Aparecida; DELIBERA-JOVILIANO, Renata. A influência da liderança na motivação. Revista Fafibe on-line, bebedouro, São Paulo 8(1):441-450. 2015.

SÁ, Ludymilla; Entenda a importância de ser um exemplo de conduta no trabalho. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2015/05/03/interna_nacional,643558/entenda-a-importancia-de-ser-um-exemplo-de-conduta-no-trabalho.shtml 03 de Maio de 2015.

SARAIVA, António;: Mais que ter competências específicas, é a gestão de afetos que importa. Disponível em: <https://www.portaldalideranca.pt/videos/5031-antoniosaraiva-mais-que-ter-competencias-especificas-e-a-gestao-de-afetos-que-importa> 27 de Abril de 2016.

SERRA, Farah; Líderes devem saber delegar. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/lideres-devem-saber-delegar/90726/> 16 de Outubro de 2015.

TORRES, Alexandre Pavan; TORRES, Maria Candida. Coleção Gestão Empresarial – Balanced Scorecard. Editora FGV, 2014.

VARELA, Lélío; MOURA, Graciele. Aprimorando competências de gerente de projetos, volume 2, editora Bransport, 2013.

VERONESI, Luiza; 10 qualidades que todo bom líder deve ter. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/gestao-e-lideranca/noticia/3204345/qualidades-quetodo-bom-lider-deve-ter> 21 de Fevereiro de 2014.

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-314-9

