



O CONHECIMENTO EMPÍRICO SOBRE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E AÇÃO DE VENDAS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE VAREJO NA CIDADE DE CRUZ DAS ALMAS-BA

Êmile Araújo da Conceição¹; Kerciane Gondim Matos²

¹Graduanda no Bacharelado em Administração (FAMAM), araujo_emileadm@hotmail.com;

²Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (FAMAM), FAMAM, kercianegondim@gmail.com.

A habilidade de um vendedor considerado bom em sua área de atuação relaciona-se, corriqueiramente, com uma boa capacidade de comunicação e eloquência. Observa-se, por outro lado, que uma das competências associadas com vendas que vem ganhando espaço no mercado de trabalho tem a ver com a habilidade de se colocar no lugar do cliente. Em outras palavras, o destaque do momento é para a empatia. O termo empatia, dentre uma série de outros construtos, está diretamente associado a Inteligência Emocional (IE), esta que pode possibilitar para o indivíduo a compreensão e administração das suas emoções e sentimentos bem como de outras pessoas, tais competências podem ser essenciais para o profissional da área de vendas, que lida diretamente com o cliente, por meio do atendimento. O objetivo central deste trabalho é analisar de que forma o conhecimento empírico sobre a Inteligência Emocional exerce influência na ação de venda. Para contribuir com esse objetivo, esta pesquisa se propõe ainda a medir o conhecimento empírico da Inteligência Emocional, identificar de que forma a empresa treina os funcionários em I.E e relacionar quais ações de vendas estão associadas à Inteligência Emocional. O caminho metodológico a ser percorrido apresenta natureza qualitativa, especialmente por lidar com variáveis subjetivas, quanto aos objetivos, caracteriza-se como um estudo descritivo e exploratório e quanto ao procedimento técnico, será utilizado um estudo de caso. O lócus será uma empresa de varejo na cidade de Cruz das Almas – BA, em que as respostas serão coletadas por meio de questionários. Espera-se que as empresas, mesmo que de forma empírica ou não intencional, influenciem seus funcionários/vendedores para obter e usar a IE no exercício de sua função.

Palavras-chave: Emoção. Vendas. Inteligência Emocional.