INTERFACE TECNOLÓGICA

# INTELIGÊNCIA EMOCIONAL COMO COMPETÊNCIA PARA O PROFISSIONAL DA ÀREA COMERCIAL

## *EMOTIONAL INTELLIGENCE AS COMPETENCE FOR THE PROFESSIONAL IN THE COMMERCIAL AREA*

Ana Claudia Passos Lima Sobral – anaclaudiapassos2001@gmail.com
Faculdade de Tecnologia de Araraquara – Araraquara – SP – Brasil

Nathanna Helen da Cruz – nathannahcruz@gmail.com
Faculdade de Tecnologia de Araraquara – Araraquara – SP – Brasil

Elvio Carlos da Costa – elvio.costa@fatec.sp.gov.br
Faculdade de Tecnologia de Araraquara – Araraquara – SP – Brasil

DOI: 10.31510/infa.v20i2.1698
Data de submissão: 06/09/2023
Data do aceite: 16/11/2023
Data da publicação: 20/12/2023

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo pesquisar a importância da inteligência emocional como competência fundamental para profissionais da área comercial. A inteligência emocional refere-se à capacidade de reconhecimento, compreensão e gerenciamento das nossas próprias emoções, e assim, lidar efetivamente com as emoções dos outros. A metodologia usada foi através de um levantamento bibliográfico e aplicação de um questionário via *Google Forms*, composto por 07 questões, para profissionais da área comercial que atuam nas cidades de Araraquara e Américo Brasiliense, a fim de analisar o nível de inteligência emocional presente nesse contexto profissional. Os resultados obtidos demonstram a relevância da inteligência emocional para os profissionais da área comercial. Essa pesquisa ressalta a importância de investir no desenvolvimento da inteligência emocional como uma competência-chave para os profissionais da área comercial, pois ela contribui para o alcance de resultados positivos, fortalece a comunicação e a capacidade de negociação, além de promover um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo.

**Palavras-chave:** Inteligência Emocional. Área Comercial. Emoções. Competência.

## ABSTRACT

The present study aimed to investigate the importance of emotional intelligence as a fundamental competence for professionals in the commercial field. Emotional intelligence refers to the capacity for recognizing, understanding, and managing our own emotions, and thus effectively dealing with the emotions of others. The methodology used involved a literature review and the administration of a questionnaire via Google Forms, comprising 07 questions, targeting professionals in the commercial field working in the cities of Araraquara and Américo Brasiliense, in order to analyze the level of emotional intelligence present in this professional

context. The results obtained demonstrate the relevance of emotional intelligence for professionals in the commercial field. This research emphasizes the importance of investing in the development of emotional intelligence as a key competence for professionals in the commercial field, as it contributes to achieving positive results, strengthens communication and negotiation skills, besides promoting a healthier and more productive work environment.

**Keywords:** Emotional Intelligence. Commercial Area. Emotions. Competence.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema inteligência emocional surgiu em 1990, introduzido pelos psicólogos Peter Salovey e John Mayer. Todavia, ganhou destaque internacional após a publicação do livro de Daniel Goleman acerca da temática inteligência emocional no ano de 1995. Portanto, atualmente o tema tem sido constantemente discutido, pesquisado e reconhecido.

Diante disso, o presente trabalho aborda sobre a importância das habilidades emocionais e como elas podem afetar nosso sucesso pessoal e profissional. Nessa direção Goleman (2011) elucida que o Quociente Emocional (QE) é mais importante do que o Quociente de Inteligência (QI). Assim, pretende-se enfatizar tal tema relacionando-o aos profissionais da área comercial, em que a inteligência emocional é capaz de possibilitar o indivíduo a se adaptar as mudanças causadas pelo mercado de trabalho dinâmico, bem como estimular o trabalho em equipe de forma mais eficiente e lidar com conflitos de maneira mais construtiva, levando os colaboradores a uma maior produtividade e satisfação no trabalho.

Considerando que atualmente essa habilidade tem sido muito valorizada no mercado de trabalho e que cada vez mais as empresas buscam profissionais que possuem essa competência, o objetivo geral deste artigo é pesquisar a importância da inteligência emocional como competência fundamental para profissionais da área comercial. Para tanto, os intuitos específicos se desdobram em: 1) apresentar os desafios do desenvolvimento da inteligência emocional; e 2) contextualizar a sua importância e como pode ser usada como ferramenta de competência para o profissional que deseja atuar, ou que já atua, no mercado de trabalho, especificamente na área comercial.

O presente trabalho foi composto da seguinte forma: primeiro foi apresentado a introdução do trabalho, posteriormente o referencial teórico baseado na literatura acerca do tema, inteligência emocional, posteriormente foi contextualizado a metodologia utilizada pelo artigo. A seguir foram apresentados os resultados e discussões e por fim as considerações finais.

INTERFACE TECNOLÓGICA

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Aspecto Conceitual da Inteligência Emocional

A inteligência emocional é uma habilidade fundamental para a vida pessoal e profissional, e consiste na capacidade de reconhecer e gerenciar as próprias emoções e as emoções dos outros. Tal capacidade permite a conexão de relacionamentos saudáveis e a resolução de conflitos de forma mais eficaz (GOLEMAN, 2018).

Adicionalmente o autor salienta que a inteligência emocional é composta por quatro habilidades, tais como: autoconsciência, autogerenciamento, consciência social e gerenciamento de relacionamentos.

Ainda no que tange ao aspecto conceitual de inteligência emocional, Salovey e Mayer (1990), definem a inteligência emocional como a habilidade de perceber com precisão, avaliar e expressar emoções; acessar e/ou gerar sentimentos quando eles facilitam o pensamento; compreender emoções e o conhecimento emocional; e regular emoções para promover o crescimento emocional e intelectual.

Na mesma direção, Bradberry e Greaves (2009) elucidam que a inteligência emocional consiste na capacidade do ser humano de reconhecer, entender e gerenciar suas emoções e, sobretudo melhorar os relacionamentos interpessoais e influenciar as emoções dos outros. Tais habilidades, conforme os autores podem ser desenvolvidas por meio de práticas e exercícios diários. Os autores também afirmam que assim como qualquer outra habilidade, a inteligência emocional pode ser aprendida e aprimorada com o tempo e na prática.

É fundamental mencionar que a inteligência emocional é uma habilidade que está sendo cada vez mais valorizada na sociedade contemporânea e, especialmente, exigida pelo competitivo mercado de trabalho. Sendo assim, Goleman (2011) explica os quatro pilares balizadores da inteligência emocional: autoconsciência, autogerenciamento, consciência social e gerenciamento de relacionamentos.

Na perspectiva de Goleman (2011) a autoconsciência trata-se da habilidade de perceber e compreender as próprias emoções, identificando seus padrões e reações habituais. Nesse contexto, Salovey e Mayer (1990) esclarecem que a autoconsciência inclui a habilidade de reconhecer e compreender nossas próprias emoções e sentimentos, bem como seus efeitos sobre nós mesmos e sobre os outros.

No que concerne ao segundo pilar balizador, denominado de autogerenciamento, Goleman (2011) contextualiza que se refere à capacidade de controlar as próprias emoções e comportamentos, evitando reações impulsivas ou inadequadas. O autor ainda acrescenta que o autogerenciamento envolve a habilidade de controlar ou redirecionar impulsos e emoções perturbadoras e a capacidade de se adaptar a mudanças e exigências.

O terceiro pilar, é conhecido como a consciência social, que significa desenvolver a habilidade de compreender e lidar com as emoções dos outros, demonstrando empatia e respeito pelas diferenças individuais. Na mesma direção, Salovey e Mayer (1990) destacam que a consciência social envolve a habilidade de entender as emoções, necessidades e preocupações dos outros e de responder adequadamente a essas informações emocionais.

Por fim, o quarto e último pilar balizador da inteligência emocional, segundo Goleman (2011), é o gerenciamento de relacionamentos, que se refere à habilidade de estabelecer e manter relações interpessoais saudáveis e produtivas, buscando resolver conflitos e alcançar objetivos em conjunto. Portanto, trata-se da habilidade de inspirar e influenciar os outros, construir e manter relacionamentos saudáveis e trabalhar efetivamente em equipe.

Na mesma linha de pensamento de Goleman, David (2016) argumenta que a inteligência emocional é a chave para a resiliência e a adaptabilidade em um mundo em constante mudança. Baseado nesse dinamismo global, a autora enfatiza que as pessoas com um alto nível de inteligência emocional são capazes de lidar melhor com a incerteza e a ambiguidade, e são mais propensas a se adaptar a novas situações e desafios.

Além disso, argumenta que a inteligência emocional é fundamental para a saúde mental e emocional, e que as pessoas que desenvolvem essa habilidade tendem a ter menos estresse e ansiedade (DAVID, 2016).

Assim, pode se afirmar que atualmente a inteligência emocional tem sido apontada como uma habilidade cada vez mais valorizada no mercado de trabalho, pois segundo Goleman (2011), a inteligência emocional é mais importante do que o QI em muitas profissões, especialmente, em trabalhos que exigem habilidades sociais e emocionais, como liderança, vendas, serviços, saúde e educação.

## 2.2 Inteligência Emocional Aplicada na Área Comercial

A habilidade da inteligência emocional, oportuniza o desenvolvimento e aquisição de conhecimento, que por sua vez, ajuda as pessoas a identificar e controlar as emoções, bem como controlar as relações interpessoais e desenvolver a empatia pelo próximo (GOLEMAN, 2018).

Diante disso, é crucial ressaltar que no âmbito profissional não é diferente. Sendo assim, a inteligência emocional aplicada na área comercial está diretamente relacionada ao gerenciamento adequado das situações e emoções, tanto as próprias quanto as dos outros, para alcançar o objetivo da negociação (KING, 2016).

Ainda no que se refere a área comercial, é salutar mencionar na percepção de Bradberry e Greaves (2009), que especificamente são exigidos dos profissionais que atuam nesta área, uma eficiente comunicação, além de um adequado relacionamento interpessoal, tanto aos clientes, aos líderes e colegas de trabalho, pois manter um relacionamento saudável, cortês e profissional com todos os *stakeholders*, é de suma importância para os objetivos da organização.

Nesse contexto, Goleman (2011) elucida que a inteligência emocional é uma habilidade valiosa que pode ser aplicada em diversas áreas, incluindo o comércio. Quando se trata de vendas, a inteligência emocional pode fazer uma grande diferença no desempenho e no sucesso de uma empresa. Diante disso, o autor clarifica que estudar e praticar a inteligência emocional, principalmente na área comercial, está inteiramente ligada à busca para o gerenciamento mais adequado de cada situação relacionadas às emoções de si mesmo e das outras pessoas, a fim de atingir os objetivos e metas traçadas no processo de negociação.

No âmbito comercial, a inteligência emocional é especialmente importante porque lida diretamente com as emoções dos clientes. Tal posicionamento vai ao encontro do pensamento de Bradberry (2009, p. 120) quando afirma que: "os consumidores compram com base em como se sentem, não em razão". Assim, um profissional de vendas que sabe lidar com as emoções dos clientes (internos e externos) pode ter um desempenho muito melhor do que aquele que não apresenta essa habilidade.

Ademais, segundo King (2016) o QE é de grande valia na vida profissional de um consultor de vendas, pois permite entender as emoções das pessoas em diferentes situações, por exemplo, é o caso de um vendedor que está lidando com um cliente insatisfeito. Em vez de se deixar levar pela emoção e responder de forma ríspida, o vendedor pode usar sua inteligência emocional para se acalmar e tentar entender as razões da insatisfação do cliente. Diante disso, Goleman (2011, p. 76) aponta que: "o autocontrole emocional é a habilidade chave para lidar com as emoções negativas de forma efetiva".

Além disso, a inteligência emocional também pode ser usada para desenvolver relacionamentos mais profundos e duradouros com os clientes. Com ela temos a capacidade de dominar os próprios sentimentos e os dos outros, de nos motivarmos e de gerir bem as emoções dentro de nós e nos nossos relacionamentos. (GOLEMAN, 2011).

Nessa perspectiva, Bradberry (2009, p. 121) acrescenta que a inteligência emocional "pode ser aplicada também no desenvolvimento de estratégias de marketing e *branding*, ajudando as empresas a se conectarem emocionalmente com seus clientes, ou seja, ela é essencial para o sucesso no comércio". Ao aprender a reconhecer e gerenciar as emoções próprias e dos outros, os vendedores podem melhorar significativamente suas relações com os clientes e, consequentemente, seus resultados.

Portanto, a inteligência emocional não só influência a nossa carreira profissional, mas também proporciona benefícios em todos os âmbitos da vida, como: na saúde mental, em que ela muda a maneira de enxergar o mundo. E, sobretudo nos oportunizam em estabelecer melhores relacionamentos, pois quando uma pessoa desenvolve a autoconsciência e aumenta a compreensão das próprias emoções conseguem entender melhor como a outra pessoa está se sentindo.

### 2.2.1 Os desafios da inteligência emocional aos profissionais de vendas

Conforme já elucidado anteriormente, a habilidade de inteligência emocional é cada vez mais valorizada no competitivo mercado de trabalho, especialmente na área comercial, em que é importante lidar com emoções próprias e alheias para obter sucesso nas vendas. No entanto, a aplicação da inteligência emocional na área comercial apresenta desafios a serem superados.

Diante disso, Goleman (2011) destaca que um dos principais desafios é lidar com a pressão e o estresse, já que vendedores que não conseguem controlar suas emoções em situações de pressão podem afetar negativamente o relacionamento com o cliente. Além disso, a empatia é fundamental para entender as necessidades e expectativas do cliente e oferecer soluções adequadas (CHATTERJEE, 2021).

Outro desafio é a capacidade de lidar com a rejeição, já que vendedores que não possuem uma boa autoestima e não conseguem lidar com a rejeição podem afetar negativamente sua performance em vendas (Bradberry & Greaves, 2009). É importante destacar que a inteligência emocional pode ser desenvolvida ao longo do tempo por meio de práticas regulares de autoconsciência e autorregulação emocional (BOYATZIS, 2017).

Sendo assim, pode-se afirmar que para se tornar um excelente profissional na área comercial, é necessário lidar com as próprias emoções próprias e as dos outros. E uma possível solução para essa questão seria as empresas investirem em programas de treinamento e desenvolvimento emocional para seus vendedores, a fim de aumentar sua capacidade de lidar com os desafios emocionais impostos pelo mercado (BRADBERRY & GREAVES, 2009).

### 2.2.2 As vantagens da inteligência emocional aos profissionais da área de vendas

A aplicabilidade da inteligência emocional tem ganhado destaque na área comercial, pois tal habilidade pode trazer inúmeros benefícios, incluindo a capacidade de entender as necessidades e desejos dos clientes, lidar com situações difíceis e trabalhar de forma eficaz em equipe.

Baseado nessa perspectiva, um estudo realizado por Forgas, George e Laham (2005) demonstrou que indivíduos com alta inteligência emocional possuem maior habilidade para persuadir e negociar com sucesso. Além disso, a inteligência emocional pode ser um fator determinante para o sucesso de um líder na área comercial. Líderes com alta inteligência emocional são capazes de inspirar e motivar suas equipes, levando a um aumento significativo nas vendas (BRADBERRY, 2009).

Dessa forma, investir no desenvolvimento da inteligência emocional na área comercial pode trazer diversos benefícios para as empresas e consequentemente aos seus colaboradores. Como mencionado por Goleman (2011), a inteligência emocional pode ser aprendida e desenvolvida por qualquer pessoa. É importante que as empresas incentivem e ofereçam recursos para que seus funcionários possam melhorar suas habilidades emocionais e, assim, contribuir para o sucesso da organização.

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Creswell (2014) a escolha da metodologia depende das questões que o pesquisador busca responder. O autor destaca que a pesquisa qualitativa é ideal para explorar

fenômenos complexos e contextuais, enquanto a pesquisa quantitativa é mais adequada para aferir relações de causa e efeito por meio de dados numéricos.

Este trabalho consiste em uma pesquisa bibliográfica acerca da relevância crescente da inteligência emocional para os profissionais da área comercial. Em consonância com as ideias de Daniel Goleman, destacado especialista no tema, que mostra quatro componentes chave dessa competência: autoconsciência, autogerenciamento, consciência social e gerenciamento de relacionamentos.

Metodologicamente, o artigo científico foi desenvolvido com base em um levantamento bibliográfico, além da aplicação de um estudo de caso, por meio de um questionário no *Google Forms,* contendo 07 questões, de múltiplas escolhas, aplicados a 28 profissionais que atuam na área comercial de 10 empresas das cidades de Araraquara – SP e Américo Brasiliense – SP.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos por meio da pesquisa de campo proporcionaram um melhor entendimento da importância da aplicação da Inteligência Emocional no ambiente de trabalho e como ela desempenha um papel essencial na capacidade de lidar com situações de pressão e estresse, características frequentemente encontradas no ambiente comercial. Bradberry (2009) enfatiza a importância de desenvolver a inteligência emocional como um processo contínuo de aprimoramento. Ele argumenta que a habilidade de identificar e controlar emoções é uma competência que pode ser aprendida e aperfeiçoada, resultando em benefícios significativos na vida pessoal e profissional.

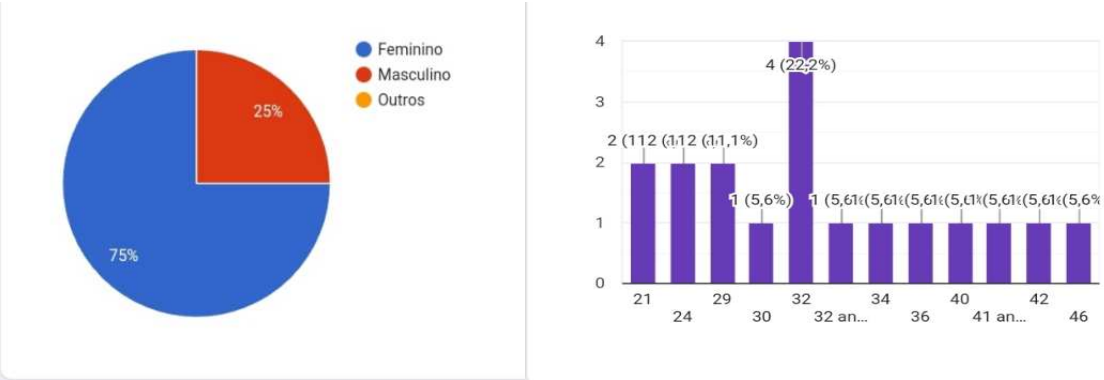
### 4.1 Caracterização Sociodemográfica dos Participantes

A pesquisa abrangeu diversos profissionais da área comercial, incluindo Gerentes Comerciais, Supervisores, Vendedores, Analistas Fiscais e Auxiliares Administrativos. Diante disso, conforme a Figura 01 e 02 expostas a seguir, especifica que 75% das pessoas que participaram deste estudo são do gênero feminino e 25% masculino. Em relação a idade, verificou-se que predominantemente a idade de 32-33 anos, que corresponde a 22,2% dos participantes.

**Figura 01:** Genêro dos Participantes

**Figura 02:** Idade dos Participantes

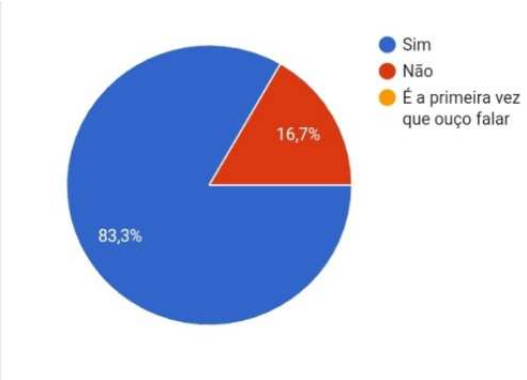
INTERFACE TECNOLÓGICA




Fonte: Dados baseado no questionário aplicado por meio do Google Forms, 2023

## 4.2 Conhecimentos dos Aspectos Conceituais de Inteligência Emocional

**Figura 03:** Conceito Sobre Inteligência Emocional




Fonte: Dados baseado no questionário aplicado por meio do Google Forms, 2023

A análise da Figura 03 revelou que a maioria dos profissionais, correspondendo a 83,3%, possui conhecimento sobre o conceito de Inteligência Emocional. No entanto, uma parcela significativa, correspondente a 16,7%, ainda não possui compreensão acerca desse assunto. Esses resultados destacam a necessidade de ampliar o conhecimento e a prática da Inteligência Emocional, conforme enfatizado por Goleman (2011), ao afirmar que a Inteligência Emocional representa o primeiro passo rumo a uma vida emocionalmente inteligente. Portanto, é essencial que esse conceito seja cada vez mais difundido e aplicado, a fim de capacitar os profissionais a trilharem o caminho em direção a uma vida emocional mais inteligente.

## 4.3 Reconhecimento das Emoções

**Figura 04:** Reconhecimento das Emoções

**Figura 05:** Resposta a ataques verbais




Fonte: Dados baseado no questionário aplicado por meio do Google Forms, 2023

Conforme evidenciado na Figura 04, uma parcela significativa dos profissionais (78,6% respectivamente) demonstram facilidade em reconhecer seus sentimentos ao longo do dia e em admitir e reconhecer que são passíveis de cometer erros. Essa constatação está alinhada com a explicação fornecida por Goleman (2011, p 67), que enfatiza que “lidar efetivamente com as emoções começa com o reconhecimento honesto e corajoso daquilo que sentimos”.

A Figura 05 revela que a maioria dos profissionais (53,6%) não responde a possíveis ataques verbais, enquanto 39,3% optam por revidar e atacar em resposta e 7,1% não conseguem expressar reações e tendem a se esconder. De acordo com a perspectiva de Navarro (2010), responder aos ataques verbais com serenidade e assertividade é essencial para preservar a integridade emocional e manter relacionamentos saudáveis. Esses resultados destacam a relevância da inteligência emocional no ambiente de trabalho, uma vez que o reconhecimento e a gestão dos sentimentos, a habilidade de separar a vida pessoal da profissional e a capacidade de lidar com ataques verbais são elementos fundamentais para o bem-estar emocional e o sucesso nas interações profissionais.

INTERFACE TECNOLÓGICA

## 4.4 O Ambiente de Trabalho e a Inteligência Emocional

**Figura 06:** Área Comercial

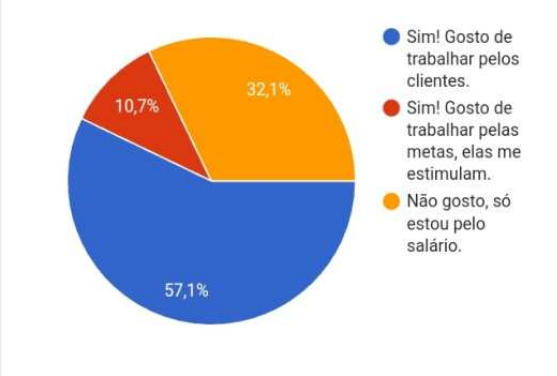
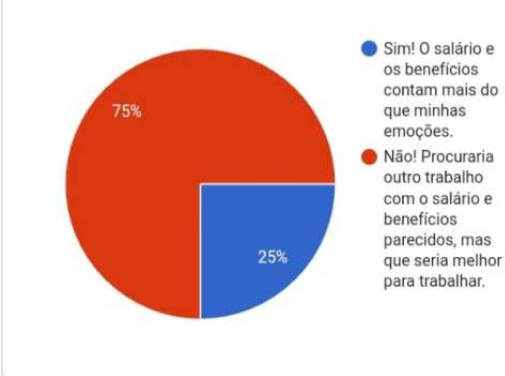



**Figura 07:** Saúde Mental X Trabalho




Fonte: Dados baseado no questionário aplicado por meio do Google Forms, 2023

Diante do tópico em questão, foi realizado um questionamento aos profissionais que atuam no campo comercial com o intuito de investigar se realmente apreciam trabalhar nessa área. Diante disso, a Figura 06 apresenta os resultados obtidos, nos quais 57,1% dos entrevistados afirmaram ter uma predileção pela área comercial, sendo seu principal atrativo o relacionamento com os clientes. Adicionalmente, 32,1% dos participantes declararam que não possuem uma afinidade específica com o campo, porém continuam exercendo suas atividades devido à remuneração e benefícios proporcionados. Por fim, 10,7% dos respondentes revelaram sentir-se motivados a trabalhar na área em virtude das metas estabelecidas. Os dados vão de encontro ao pensamento de Branson (2018, p. 56) que diz: “lidar com o trabalho no comércio requer habilidades de comunicação eficazes e um alto nível de empatia para entender e atender às necessidades dos clientes”. Ou seja, além de darmos o nosso melhor naquilo que exercemos, precisamos estar preparados para entender aquilo que os nossos clientes buscam também.

Na Figura 07, observa-se que a maioria dos profissionais, correspondendo a 75%, afirmou que não permaneceria em uma empresa que impactasse negativamente sua saúde emocional. Por outro lado, 25% dos entrevistados indicaram que permaneceriam na empresa devido à remuneração e aos benefícios oferecidos. Esses resultados revelam que o trabalho exerce uma influência significativa na saúde emocional dos profissionais.

A constatação de que a maioria dos indivíduos estão dispostos a deixar uma empresa que afete negativamente sua saúde emocional ressalta a importância do bem-estar psicológico no ambiente de trabalho. Além disso, a proporção significativa dos respondentes que considerariam permanecer na empresa apenas por motivos financeiros e benefícios sugere a

necessidade de uma abordagem mais abrangente e holística para a saúde emocional dos funcionários nas organizações, como afirma Tostes (2018) a saúde emocional no ambiente de trabalho é essencial para o engajamento e o sucesso profissional.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste estudo, foi realizada uma análise sobre o impacto da inteligência emocional no contexto da área comercial e constatou-se que sua aplicação demanda um investimento considerável de tempo e recursos por parte das organizações. A fim de otimizar a eficácia dessa habilidade, é necessário conceber programas de treinamento e desenvolvimento que sejam adaptados as necessidades e realidades do setor. Além disso, tal aptidão possui potencial para contribuir para a melhoria da satisfação dos clientes, pois profissionais emocionalmente inteligentes são capazes de atender às suas necessidades e expectativas, adaptando-se de maneira mais precisa para fornecer um atendimento personalizado.

Diante disso, torna-se indispensável que tanto as organizações quanto os profissionais invistam no aprimoramento de suas habilidades emocionais, de forma a promover um ambiente de trabalho positivo e produtivo para todos os envolvidos.

## REFERÊNCIAS

BOYATZIS, R. E. **The neuroscience of leadership coaching**: Why the tools and techniques of leadership coaching work. In J. Passmore, M. David, D. Cushway, & D. Petree (Eds.), The Wiley-Blackwell Handbook of the Psychology of Coaching and Mentoring, 2017

BRADBARRY, T., GREAVES, J., **Inteligência Emocional 2.0.** Você sabe como usar a sua? 1° Edição, Alta Books, 2018.

BRADBERRY, T., & GREAVES, J. **Inteligência emocional 2.0.** Editora Sextante, 2009.

BRANSON, R. The Virgin Way: **Como Eu Dirijo Meus Negócios**. Editora Alta Books, 2018.

CHATTERJEE, S. **Emotional Intelligence in Sales:** How to Use the Power of AI to Empower Salespeople. Springer International Publishing, 2021.

CRESWELL, J. W. **Research design**: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications, 2014.

DAVID, Susan. **Agilidade Emocional:** Abra sua mente, aceite as mudanças e prospere no trabalho e na vida. Tradução de Carolina Simmer: São Paulo: HarperCollins, 2018.

FORGAS, J. P., GEORGE, J. M., & LAHAM, S. M. **Social Influence:** Affective and Cognitive Factors. Psychology Press, 2005.

GOLEMAN, D. **Inteligência Emocional**. Tradução: Marcos Santarrita; Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2011.

GOLEMAN, D. **O Poder da Inteligência Emocional**: **como lidar com sensibilidade e eficiência**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2018.

JAMES, L. K., **Inteligência Emocional.** Trabalhando com Inteligência Emocional para Melhorar a Gestão da Raiva: Descubra como as Emoções são Feitas e Controladas. Primeira Edição, [s.I.] Copyright, 2016.

NAVARRO, L. **Talento para ser Feliz:** A inteligência emocional como chave para uma vida plena. Editora Gente, 2010.

SALOVEY, P., BRACKET, M. A., MAYER, J. D. **Inteligência Emocional**: Palavras-chave sobre o modelo de Mayer e Salovey, Post Charter, NY: Dude Pub, 2004.

TOSTES, R. **Emoções Inteligentes no Trabalho**. São Paulo: Editora Qualitymark, 2018.