



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE CURSO DE BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO

GABRIEL VICENTE FERREIRA

**AVALIAÇÃO DAS SOFT SKILLS À LUZ DA TEORIA DOS TRAÇOS DE
PERSONALIDADE:** um estudo de caso múltiplos na área comercial de empresas da região
metropolitana de São Paulo.

Caruaru

2024

GABRIEL VICENTE FERREIRA

**AVALIAÇÃO DAS SOFT SKILLS À LUZ DA TEORIA DOS TRAÇOS DE
PERSONALIDADE:** um estudo de caso múltiplos na área comercial de empresas da região
metropolitana de São Paulo.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração do
Campus Agreste da Universidade Federal de
Pernambuco – UFPE, na modalidade de
monografia, como requisito para a obtenção do
grau de bacharel em Administração.

Área de concentração: Comportamento e
Psicologia Organizacional

Orientador (a): ANTÔNIO CÉSAR CARDIM BRITTO

CARUARU

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Ferreira, Gabriel.

AVALIAÇÃO DAS SOFT SKILLS À LUZ DA TEORIA DOS TRAÇOS DE
PERSONALIDADE: um estudo de caso múltiplos na área comercial de
empresas da região metropolitana de São Paulo. / Gabriel Ferreira. - Caruaru,
2024.

50

Orientador(a): Antônio Britto

(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do
Agreste, Administração, 2024.

1. Soft Skill; Modelo do Big Five. 2. Teoria dos Traços de Personalidade. 3.
Habilidades Interpessoais. 4. Competências Individuais e Coletivas. 5.
Marketing & Vendas. I. Britto, Antônio . (Orientação). II. Título.

150 CDD (22.ed.)

GABRIEL VICENTE FERREIRA

**AVALIAÇÃO DAS SOFT SKILLS À LUZ DA TEORIA DOS TRAÇOS DE
PERSONALIDADE:** um estudo de caso múltiplos na área comercial de empresas da região
metropolitana de São Paulo.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração do
Campus Agreste da Universidade Federal de
Pernambuco – UFPE, na modalidade de
monografia, como requisito para a obtenção do
grau de bacharel em Administração.

Aprovada em: 08 de março de 2024

BANCA EXAMINADORA

Prof. MSc. Antônio Cesar Cardim Britto
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. MSc. José Arthur Muniz
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Msc. Mario Rodrigues dos Anjos Neto
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho à minha esposa, minha adjutora, que foi paciente comigo em meus momentos de ansiedade e de dúvida, que estendeu sua amorosa mão e me deu novo alento para perseverar até o fim. E ao meu grande amor, meu filho, Miguel. Papai te ama.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu Deus por ter me dado forças, capacidade e inteligência para desenvolver esse trabalho. Sem Ele, eu nada seria.

Agradeço também à Dieine, minha amada esposa que esteve sempre presente no desenvolvimento e me fez recordar em diversos momentos que eu deveria continuar em frente e não desfalecer.

Agradeço especialmente ao meu orientador, Prof. MSc. Antônio Cesar Cardim Britto, que comprou essa ideia maluca e viu potencial para algo que eu não imaginava que poderia se tornar valioso como esse trabalho se tornou.

Aos meus amigos e colegas que compartilharam comigo a alegria de fazer parte de uma instituição renomada, à eles dou meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

O dinamismo do ambiente empresarial contemporâneo, a flexibilização do trabalho, incluído nesse tema o trabalho virtual, destaca a necessidade das empresas possuírem profissionais não apenas conhecimentos técnicos, mas também habilidades interpessoais sólidas. Nesse contexto, as *soft skills* são percebidas como um elemento crucial visando atingir a maximização das competências individuais e coletivas, vitais para construção de relações, negociações eficazes que resultem na maximização do posicionamento da empresa do mercado onde atua. Essa pesquisa procurou colher evidências empíricas sobre a percepção dos gestores de áreas comerciais sobre a importância das *Soft Skills*, como diferencial competitivo nesse mercado de trabalho no município de São Paulo. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa, utilizando os recursos do estudo de casos múltiplos. Utilizou-se o modelo dos cinco grandes fatores da personalidade, mais conhecido como “*Big Five*” como um dos principais instrumentos da Teoria dos Traços da Personalidade, visando agregar as diversas *soft skills* mais citadas pela literatura especializada, nas cinco dimensões desse modelo. Os resultados foram tabulados e analisados utilizando os instrumentos da estatística descritiva. As dimensões percebidas como mais importantes por ordem de classificação, tomando como base a média ponderada de cada *soft skill*: 1º. Lugar- Amabilidade (4,42); 2º. Lugar-Abertura de novas experiências (4,21); 3º. Lugar foi igualmente para duas dimensões – Neuroticismo e Conscienciosidade (4,03); e no 4º. Lugar - Extroversão (3,91). No total o modelo do *Big Five*, como instrumento de avaliação das *Soft Skills* obteve uma aceitação significativa, para uma escala de *likert* de 1-5 obteve 4,12. Individualmente a *Soft Skill* percebida como extremamente importante, obtendo a nota máxima foi “disposição para aprender constantemente”, pertencente a dimensão de “abertura a novas experiências”.

PALAVRAS-CHAVES: *Soft Skill*; Modelo do *Big Five*; Teoria dos Traços de Personalidade; Habilidades Interpessoais; Competências Individuais e Coletivas; Marketing & Vendas.

ABSTRACT

The dynamism of the contemporary business environment, the flexibility of work, including virtual work in this topic, highlights the need for companies to have professionals not only have technical knowledge, but also solid interpersonal skills. In this context, soft skills are perceived as a crucial element aiming to maximize individual and collective skills, vital for building relationships and effective negotiations that result in maximizing the company's positioning in the market in which it operates. This research sought to collect empirical evidence about the perception of managers in commercial areas regarding the importance of Soft Skills, as a competitive differentiator in this job market in the city of São Paulo. This is an exploratory and descriptive research, with a qualitative approach, using multiple case study resources. The model of the five major personality factors, better known as the "Big Five" was used as one of the main instruments of the Theory of Personality Traits, aiming to aggregate the various soft skills most cited in specialized literature, into the five dimensions of this model. The results were tabulated and analyzed using descriptive statistics instruments. The dimensions perceived as most important in order of classification, based on the weighted average of each soft skill: 1st. Place- Friendliness (4.42); 2nd. Place-Opening new experiences (4.21); 3rd. Place was equally given to two dimensions – Neuroticism and Conscientiousness (4.03); and in the 4th. Place – Extroversion (3.91). In total, the Big Five model, as an instrument for evaluating Soft Skills, obtained significant acceptance, for a Likert scale of 1-5 it obtained 4.12. Individually, Soft Skill was perceived as extremely important, obtaining the highest score for "willingness to learn constantly", belonging to the dimension of "openness to new experiences".

KEYWORDS: Soft Skill; Big Five Model; Personality Trait Theory; Interpersonal Skills; Individual and Collective Skills; Marketing & Sales

LISTA DE QUADRO

| | | |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 | - As Soft Skills na perspectiva de alguns autores | 14 |
| Quadro 2 | - Estudos sobre Personalidade e Habilidades Sociais | 17 |
| Quadro 3 | - <i>Soft Skill mais citados pela literatura e respectivas dimensões do modelo do Big Five</i> | 30 |
| Quadro 4 | - Modelo do Questionário para avaliação das Soft Skills com base no Big Five | 33 |
| Quadro 5 | - Dimensão Extroversão | 36 |
| Quadro 6 | - Dimensão Amabilidade | 37 |
| Quadro 7 | - Dimensão Conscienciosidade | 39 |
| Quadro 8 | - Dimensão Estabilidade Emocional / Neuroticismo | 40 |
| Quadro 9 | - Dimensão Abertura Novas Experiências | 41 |
| Quadro 10 | - Classificação das dimensões do Modelo Big Five em função da importância percebida pelos Gestores Comerciais do município de São Paulo em janeiro de 2024. | 42 |
| Quadro 11 | - Classificação das Soft Skills consideradas mais importantes na percepção dos Gestores Comerciais nas respectivas dimensões | 43 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|----------|---------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 | - Modelos dos Cinco Grande Fatores da Personalidade <i>Big Five</i> | 16 |
| Figura 2 | - Etapas do Estudo de caso Múltiplos | 32 |

SUMÁRIO

| | | |
|--------------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 1.1 | OBJETIVOS:..... | 12 |
| 1.1.1 | Geral:..... | 12 |
| 1.1.2 | Específicos:..... | 12 |
| 1.2 | JUSTIFICATIVA:..... | 13 |
| 1.3 | PERGUNTA DE PESQUISA..... | 13 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO..... | 14 |
| 2.1 | SOFT SKILLS..... | 14 |
| 2.2 | TEORIA DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE..... | 15 |
| 2.2.1 | Modelos dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade..... | 16 |
| 2.2.1.1 | Dimensão da Abertura para novas experiências..... | 19 |
| 2.2.1.2 | Dimensão da Conscienciosidade..... | 21 |
| 2.2.1.3 | Dimensão da Extroversão..... | 23 |
| 2.2.1.4 | Dimensão da Amabilidade..... | 25 |
| 2.2.1.5 | Neuroticismo (Estabilidade Emocional)..... | 27 |
| 3 | METODOLOGIA..... | 31 |
| 3.1 | TIPO DE PESQUISA..... | 31 |
| 3.2 | INSTRUMENTO DE COLETA..... | 33 |
| 4 | RESULTADOS..... | 35 |
| 5 | CONCLUSÃO..... | 45 |
| | REFERÊNCIAS..... | 47 |

1 INTRODUÇÃO

O dinamismo do ambiente empresarial contemporâneo destaca a necessidade de profissionais possuírem não apenas conhecimentos técnicos, mas também habilidades interpessoais sólidas (Mano, 2018). Nesse contexto, as *soft skills* comerciais emergem como elemento crucial, desempenhando um papel vital na construção de relações, negociações eficazes e no estabelecimento de vantagem competitiva sustentável.

O sucesso e o desenvolvimento profissional está conectado às competências desenvolvidas individualmente, com a finalidade de que este esteja preparado para lidar com os diferentes desafios de uma organização.

Os processos de globalização, a turbulência crescente e a complexidade maior das arquiteturas organizacionais criaram a necessidade de pessoas mais autônomas e com maior iniciativa (Dutra, 2010). Nesse contexto, destaca-se o conceito de competência, o qual foi proposto de forma estruturada pela primeira vez em 1973, por McClelland (1973), na busca de uma abordagem mais efetiva que os testes de inteligência, nos processos de escolha de pessoas para as organizações (Dutra, 2010).

Atualmente várias empresas têm contratado pessoas com base nas *Soft Skills*, pessoas têm alcançado promoções e novas posições com base no seu perfil comportamental, que são suas *Soft Skills*.

As *Soft Skills* tornaram-se importantes nas organizações, na vida das pessoas, e no mercado de trabalho. Se no mercado de trabalho essas habilidades são preponderantes no processo de contratação dos indivíduos, no universo acadêmico, os grupos de pesquisas estão sendo formados com base nessas competências e as aulas estão sendo ministradas com o objetivo de aprimorar e desenvolver as habilidades dos estudantes.

Verifica-se que nos últimos anos, as IES e as Escolas de Formação em todo o mundo começaram a introduzir em seus planos de ensino, formação na área de *Soft Skills*, visando subsidiar os jovens a integrarem-se no mercado de trabalho e a obterem desempenhos superiores.

O desenvolvimento desse tipo de habilidade tornou-se um pré-requisito para o sucesso na economia baseada no conhecimento, embora nem sempre essa tarefa seja bem-sucedida. Autores como Shakir (2009), Lavrysh (2016) e Kic-Drgas (2018), são unânimes ao afirmarem que as *Soft Skills* não devem ser algo esperado naturalmente de estudantes e funcionários,

esses autores defendem que o papel das universidades e escolas de formação profissionais devam propiciar o ensino dessas habilidades sociais em um conjunto de componentes curriculares, muitos embora há autores, afirmam que esse compromisso, também pode ser compartilhado com as organizações, na formação continuada sobre *Soft Skills* pois um profissional com altas habilidades técnicas que não sabe se comunicar ou trabalhar em equipe torna-se improdutivo no cenário econômico atual. (Junior et al., 2021).

Salienta-se que os trabalhos de cunho Sociais, cada dia mais mobilizam um número significativo de pessoas, visando de alguma forma melhorar a sociedade em que vivem. Pesquisas apontam que pessoas que participam desses projetos, por todo o mundo, podem desenvolver características comportamentais diversas, inclusive as *Soft Skills* (Barello, DE Souza Lima, 2010; Selli et al., 2008)

Vários autores brasileiros têm mostrado a relevância e a importância dessas habilidades interpessoais na condução dos negócios, dando ênfase às *Soft Skills*, na área comercial (Mota, 2021; Crispino, 2017; Mano, 2018).

1.1 OBJETIVOS:

1.1.1 Geral:

Colher evidências empíricas sobre a percepção dos profissionais dos gestores de áreas comerciais sobre a importância das *Soft Skills*, como diferencial competitivo nesse mercado de trabalho no município de São Paulo.

1.1.2 Específicos:

1.1.2.1 Realizar uma revisão da literatura sobre as *Soft Skills*, notadamente aquelas inerentes à área comercial;

1.1.2.2 Identificar a utilização das *Soft Skills* na prática cotidiana nas atividades profissionais;

1.1.2.3 Oferecer uma ferramenta proativa visando a criação de um ambiente colaborativo através do conhecimento dos *soft skills* geradores de vantagem competitiva nesse ambiente de trabalho.

1.1.2.4 Utilizar do modelo dos cinco grandes fatores da personalidade, conhecido como *Big Five*, considerado uma teoria explicativa e preditiva da personalidade humana e suas relações com a conduta.

1.2 JUSTIFICATIVA:

No intrincado tecido do empreendedorismo brasileiro, onde desafios e oportunidades se entrelaçam, a justificativa para a investigação das *soft skills* comerciais transcende o puramente acadêmico. A dinâmica do mercado exige mais do que expertise técnica; demanda uma compreensão profunda das sutilezas humanas que moldam transações e relações profissionais.

Este estudo busca preencher essa lacuna, não apenas oferecendo uma análise teórica, mas desvendando caminhos práticos para gestores e empreendedores que almejam não apenas sobreviver, mas prosperar nesse cenário desafiador. Ao entender e incorporar as *soft skills* comerciais, as organizações não apenas adquirem vantagens competitivas, mas cultivam ambientes de trabalho mais humanizados e resilientes.

Diante da globalização e das rápidas mudanças no ambiente de negócios, compreender como as *soft skills* podem ser integradas estrategicamente torna-se imperativo para empresas que buscam se destacar e prosperar no mercado brasileiro.

Acredita-se que essa pesquisa contribuirá para o entendimento, esclarecimento, dos desafios enfrentados pelas equipes de trabalho da área comercial, oferecendo insights práticos sobre como o desenvolvimento das *soft skills* comerciais, as quais podem gerar diferencial estratégico competitivo para empresas que atuam nesse segmento do mercado brasileiro.

1.3 PERGUNTA DE PESQUISA

Quais as *Soft Skills* percebidas pelos gestores que atuam na área comercial, como geradoras do diferencial competitivo no mercado de trabalho na Região Metropolitana de São Paulo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 *SOFT SKILLS*

As *Soft Skills*, consiste nas capacidades e habilidades intrínsecas ao indivíduo e/ou ao grupo no qual está inserido, bem como a maneira como as interações sociais são gerenciadas no âmbito do ambiente de trabalho (Cotet, B; Balgiu, B.A; Zaleschi, V. C., 2017).

É inegável a importância dada pelo mercado de trabalho às *Soft Skills*, quando está-se referindo às habilidades não técnicas, independentemente do tipo ou porte das organizações (Bayle, J.L; Stefaniak, G., 2001).

Não há uma taxonomia, nem consenso e nem clareza, no tocante a definição de *Soft Skills*, no entanto esses fatores podem de alguma forma criar oportunidade, para realização de um aprofundamento nesse segmento de pesquisa (Penhaki,2019)

As *Soft Skills* estão associadas aos traços de personalidade, os quais são inerentes aos indivíduos, tais como: ser comunicativo, persistente, meticoloso, atencioso, proativo, empático, ser capaz de liderar e gerir relacionamentos (Hjyunus. N.: Hassan, C.N, 2012)

Os trabalhos sociais, que a cada dia mais mobilizam um maior número de pessoas, para de alguma forma melhorar a sociedade em que vivem. E algumas pesquisas (Bareli, de Sousa Lima, 2010; Selli et al.,2008) apontam que as pessoas que participam desses projetos, por todo o mundo, podem desenvolver características comportamentais diversas, bem como habilidades interpessoais extremamente enriquecedoras

Quadro 1 – As *Soft Skills* na perspectiva de alguns autores

| Autores | <i>Soft Skills</i> |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Robles, 2012 | Consiste na combinação de habilidades interpessoais, bem como atributos pessoais voltados a carreira |
| Swiatkiewicz, 2014 | Habilidades pessoais não acadêmicas: capacidade de se comunicar, cooperar, trabalhar em equipe, resolver problemas, se motivar, .se adaptar, ser criativo, saber se comportar |
| Cacciolatti, Lee e Molinero, 2017 | Não somente como habilidades de comunicação, mas também atributos pessoais que melhoram as interações de um indivíduo, bem como o seu desempenho no trabalho e as perspectivas de carreira |
| Cotet, Balgiu e Zaleschi, 2017 | conjunto de habilidades e de traços de personalidade Atitude individual, assim como a compatibilidade com os outros indivíduos e a maneira como as interações são administradas, no ambiente profissional. |

Fonte: Adaptado de Penhaki (2019)

Souza (2023, p.37) elencou 34 *Soft Skills*, mais citados pelas empresas de TI, considerando *A Great Place to Work*, por quantidade de citação: trabalho em equipe (29); comunicação (21); comunicação oral (15); comunicação escrita (15); resolução de problemas (14); proatividade (13); consciência de detalhes (10); capacidade de (9); orientação/mentoria (9); liderança (8); aprendizado ao longo da (8); autonomia (5); aprendizagem rápida (5); adaptabilidade (4); priorização (4); autogerenciamento (4); relação com os clientes (4); orientação ao cliente (3); escutar (3); tolerância à ambiguidade (3); tolerância a complexidade (3); criatividade (2); positividade (2); empatia (2); gerenciamento (1); profissionalismo (1); gerenciamento de negócio (1); gerenciamento (1); consciência (1); multidisciplinaridade (1); flexibilidade/metacognição (1); pensamento abstrato (1).

As habilidades interpessoais englobadas pelas *soft skills* podem ser definidas como o conhecimento que ainda está na mente humana (Chen *et al.*, 2018). Com base nesta compreensão, as *soft skills* são categorizadas como conhecimento pessoal ou, em outras palavras, conhecimentos obtidos de indivíduos ou pessoais (Nonaka, I; Toyama, R., 2015; Rothberg, H. N; Erickson, G. S, 2017).

2.2 TEORIA DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE

Personalidade, palavra instigante e fascinante para o senso comum. Tal palavra pode ser utilizada, em diversos contextos e de várias maneiras, nesse estudo estará associada a ideia de habilidade social (Hall, C.; Lindzey, G., 1985).

Carecendo de uma definição consensual a personalidade apresenta-se como uma das temáticas mais estudadas no âmbito da Psicologia (Ferraz & Pereira, 2002). Verifica-se concordância entre os autores na definição da personalidade como algo (tendencialmente) estável, único e específico que distingue o indivíduo dando-lhe identidade (Lin, 2016; Sisto, 2004). Para Ribeiro (2013), no entanto, existem perspectivas e fatores que a distinguem e influenciam.

Assim, a origem da palavra personalidade é atribuída por diversos autores a um conjunto de significados que, em síntese, a caracterizam pela forma como o indivíduo se revela nas diferentes interações com os outros (Hansenne, 2003; Huber, 1977). Nesse contexto a personalidade percebida como um padrão de comportamentos e processos intrapessoais que têm a sua origem dentro do indivíduo (Magalhães & Gomes, 2007)

Majoritariamente, as teorias iniciais da personalidade concentram-se no indivíduo, colocando à margem a sociedade, descartando o facto de a personalidade surgir no mundo

social por intermédio do comportamento que o indivíduo apresenta nas suas interações (Bighetti, 2010).

Para alguns autores, essas teorias preconizam uma definição de personalidade incompleta, ao excluïrem fatores ambientais, tais como as diferenças sexuais e culturais, entre outros, defendendo a valorização desses mesmos fatores, que segundo estes funcionam como reforço e estímulo para o indivíduo (Cloninger, 2003).

Apesar de existirem teorias que indicam que os traços de personalidade são isolados das influências do ambiente, as teorias mais recentes consideram que tais traços resultam das experiências de vida (Dantas, 2006). Ou seja, indicam que as dinâmicas da personalidade sofrem influências do meio (Cloninger, 1999, 2003). Segundo Singer (1984), a personalidade resulta assim de inúmeras ações públicas e expressões verbais e não-verbais.

2.2.1 Modelos dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade

A personalidade é um construto da psicologia, destacando-se na área da Avaliação p, por esse motivo tem sido fonte de estudos e debates teóricos e metodológicos (Silva; Nagano, 2011, p.1). Trata-se de padrões de comportamentos e atitudes que são inerentes e intransferíveis, relativamente constantes em cada indivíduo (Rebollo; Harris, 2006). Nesse contexto, surge o modelo dos cinco grandes fatores, também conhecido por *Big Five*, considerado uma teoria explicativa e preditiva da personalidade humana e de suas relações com a conduta (Garcia, 2006).

Figura 1. Modelos dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade *Big Five*



Fonte: Goldberg (1990)

Para avaliar os traços de personalidade do *Big Five*, uma variedade de instrumentos foi desenvolvida, entre eles o NEO-PI-R (Inventário de Personalidade Neo- Revisto), amplamente utilizado na pesquisa e na prática clínica (Costa & McCrae, 1992). Esse inventário oferece uma avaliação abrangente dos cinco fatores, fornecendo *insights* valiosos sobre a personalidade individual.

A pesquisa de McCrae e Costa (1997) destacou a validade transcultural do modelo *Big Five*, sugerindo que os cinco fatores são observados em diferentes culturas ao redor do mundo. Essa universalidade fortalece a utilidade e a aplicabilidade do modelo em contextos diversos, enriquecendo nossa compreensão da natureza humana.

Reconhecido por diversos autores como uma estrutura robusta para a compreensão da personalidade humana, o modelo do *Big Five* é objeto de estudo e aplicação em diversas áreas da psicologia. Peixoto & Menezes (2018), em um artigo publicado pela E-Revista de Estudos Interculturais do CEI – ISCAP – n.º 6 em 2018, apresentaram uma série de trabalhos realizados por diversos autores utilizando o “**Modelo Big Five**”, a seguir relatados:

Esse modelo emergiu de estudos que buscavam identificar os traços de personalidade mais abrangentes e estáveis. Goldberg (1990) foi um dos pioneiros ao propor a estrutura de cinco fatores: Abertura para Experiência, Conscienciosidade, Extroversão, Amabilidade e Neuroticismo. Esses traços foram concebidos como dimensões independentes que capturam as variações fundamentais na personalidade.

John e Srivastava (1999) oferecem uma análise detalhada das teorias subjacentes ao modelo *Big Five*, destacando sua importância na compreensão da personalidade e no desenvolvimento de intervenções personalizadas. Além disso, as aplicações práticas do modelo são vastas, incluindo seleção de pessoal, aconselhamento psicológico, desenvolvimento de equipes e muito mais.

A seguir apresenta-se um quadro contendo alguns estudos desenvolvidos por autores nacionais e internacionais, no tocante ao tema estudado nesta pesquisa:

Quadro 2 - Estudos sobre Personalidade e Habilidades Sociais

| Autores/ano | Detalhamento do Trabalho | | |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Objetivo | Participantes | Material |
| Bueno, Oliveira & Oliveira (2001) | Investigar as relações existentes entre as habilidades sociais e traços de personalidade segundo o Modelo dos Cinco Grandes Fatores | 189 universitários brasileiros - 41 homens e 148 mulheres, com uma média de idades de 26,3 anos | Escala Cinco Grandes Fatores de Personalidade de Hutz et al. (1998); Inventário de Habilidades Sociais (IHS) de Del Prette, Del Prette e Barreto (1998) |
| Bandeira, Quaglia, Bachetti, Ferreira & Souza, 2005 | Verificar a relação entre o comportamento assertivo e o menor grau da ansiedade, maior grau de internalidade e maior autoestima | 135 estudantes brasileiros - 82 do sexo masculino e 53 do sexo feminino, com média de 25 anos | Escala de Assertividade de Rathus; Inventário de Locus de Controle de Levenson; Escala de Autoestima de Dela |

| | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Coleta (1980); Inventário de Ansiedade Traço-Estado de Spielberger, Gorsuch & Lushene (1970) |
| Feitosa, 2013 | Explorar correlações entre as habilidades sociais e o neuroticismo | 1031 universitários brasileiros, 32% homens e 68% mulheres e com idades entre 18 e 75 anos (M = 24,5 anos) | Inventário de Habilidades Sociais (IHS) de Del Prette e Del Prette (2001); Escala Fatorial de Neuroticismo de Hutz e Nunes (2001) |
| Uysal, 2015 | Analisar a relação entre as habilidades sociais e vulnerabilidade | 259 universitários, 147 mulheres e 112 homens com idade média de 21,3 anos | Perceived Social Competence Scale (Anderson-Butcher, Iachini & Amorose, 2007); Psychological Vulnerability Scale (Sinclair & Wallston, 1999) |
| Pereira-Lima, Loureiro & Crippa, 2016 | Analisar a associação de características sociodemográficas, traços de personalidade, habilidades sociais e variáveis de trabalho com ansiedade, depressão e dependência de álcool em residentes médicos | 270 médicos de um hospital brasileiro, 144 homens e 126 mulheres, com uma média de idades de 28,10 anos | Questionário de Saúde do Paciente (PHQ-4), NEO-FFI-R; SSI-Inventário de Habilidades Sociais |
| Song & Shi, 2017 | Verificar a associação entre a Empatia e os Cinco Grandes Traços de Personalidade | 530 estudantes chineses, 192 homens e 338 mulheres com idades compreendidas entre os 18 e os 23 anos | Interpersonal Reactivity Index (IRI); Big Five Inventory (BFI) |

Fonte: Adaptado de Peixoto & Menezes, 2018

O modelo *Big Five* continua a ser uma ferramenta essencial na psicologia da personalidade, oferecendo uma estrutura abrangente e válida para descrever e entender as características individuais. Sua aplicação em diversos contextos, juntamente com sua base teórica sólida, destaca sua relevância contínua na pesquisa e na prática psicológica contemporânea.

No cenário comercial, compreender a personalidade dos profissionais de vendas pode ser crucial para o sucesso individual e organizacional. Neste contexto, o modelo *Big Five* oferece uma estrutura valiosa para descrever e entender as características-chave que influenciam o desempenho e a eficácia das equipes de vendas.

2.2.1.1 Dimensão da Abertura para novas experiências

A Abertura para novas experiências é uma das cinco dimensões do modelo *Big Five*, conforme proposto por Goldberg (1990). Ela vai além da simples disposição para novas experiências; trata-se de uma característica que permeia a personalidade e influencia a forma como os indivíduos abordam desafios e oportunidades. É como se fosse uma porta que se abre para um mundo de criatividade, curiosidade e adaptação.

Quando exploramos as *soft skills* comerciais dentro da dimensão de Abertura para Experiência, percebemos uma ligação íntima entre a disposição para novas ideias e a eficácia no ambiente de vendas. Imagine um vendedor que é constantemente curioso sobre novas abordagens de vendas, que aceita *feedback* construtivo de clientes e colegas, que está sempre buscando inovar suas estratégias e que se mostra flexível diante das mudanças do mercado. Essas características não apenas refletem a Abertura para Experiência, mas também impulsionam o desempenho e o sucesso no mundo dos negócios.

As soft skill dessa dimensão que foram exploradas na pesquisa são: Criatividade na Resolução de Problemas, Curiosidade, Aceitação de Feedback Construtivo, Inovação em Abordagens Comerciais, Exploração de Novas Ideias e Conceitos, Flexibilidade Diante de Mudanças e Disposição para Aprender Constantemente.

2.2.1.1.1 Criatividade na Resolução de Problemas:

A capacidade de ser criativo na resolução de problemas é uma característica essencial para profissionais de vendas que desejam se destacar no competitivo mercado atual. Segundo McCrae e Costa (1997), indivíduos com alta Abertura para Experiência tendem a apresentar maior criatividade na busca por soluções inovadoras e eficazes para os desafios comerciais. Ser capaz de pensar fora da caixa e encontrar abordagens únicas para resolver problemas pode proporcionar vantagens significativas em um ambiente comercial em constante evolução.

2.2.1.1.2 Curiosidade:

A curiosidade é uma qualidade que impulsiona a busca pelo conhecimento e compreensão. De acordo com John e Srivastava (1999), pessoas com alta Abertura para Experiência são naturalmente curiosas e têm um desejo ávido por aprender sobre novos assuntos e áreas de interesse. No contexto comercial, a curiosidade pode levar os profissionais de vendas a explorar novos mercados, entender as necessidades dos clientes de maneira mais profunda e encontrar oportunidades de negócios inexploradas.

2.2.1.1.3 Aceitação de Feedback Construtivo:

A capacidade de aceitar feedback construtivo é fundamental para o crescimento e desenvolvimento profissional. Como destacado por Costa e McCrae (1992), indivíduos com alta Abertura para Experiência valorizam o feedback como uma oportunidade de aprendizado e melhoria contínua. Ao receber feedback dos clientes ou colegas de trabalho, os profissionais de vendas podem identificar áreas de aprimoramento e ajustar suas abordagens para alcançar melhores resultados.

2.2.1.1.4 Inovação em Abordagens Comerciais:

Inovar é crucial para se sobressair em um mercado altamente competitivo. Goldberg (1990) destaca que indivíduos com alta Abertura para Experiência são mais propensos a adotar abordagens inovadoras e experimentais em suas atividades comerciais. Isso inclui o desenvolvimento e implementação de novas estratégias de vendas, a criação de produtos ou serviços inovadores e a busca por maneiras criativas de se conectar com os clientes.

2.2.1.1.5 Exploração de Novas Ideias e Conceitos:

Explorar novas ideias e conceitos é uma maneira de expandir os horizontes e encontrar soluções criativas para os desafios comerciais. Conforme observado por John e Srivastava (1999), indivíduos com alta Abertura para Experiência são mais propensos a buscar diferentes perspectivas e considerar uma variedade de ideias ao enfrentar problemas. Essa disposição para explorar novas abordagens pode levar a descobertas inovadoras e oportunidades de negócios promissoras.

2.2.1.1.6 Flexibilidade Diante de Mudanças:

A capacidade de se adaptar a mudanças é crucial em um ambiente comercial dinâmico e em constante evolução. Costa e McCrae (1992) destacam que pessoas com alta Abertura para Experiência são mais propensas a demonstrar flexibilidade e adaptabilidade em diferentes situações. Essa flexibilidade permite que os profissionais de vendas respondam rapidamente às mudanças no mercado, ajustem suas estratégias conforme necessário e aproveitem novas oportunidades à medida que surgem.

2.2.1.1.7 Disposição para Aprender Constantemente:

A disposição para aprender ao longo da vida é uma característica comum entre os indivíduos com alta Abertura para Experiência. Conforme observado por McCrae e Costa (1997), essas pessoas são mais receptivas à aprendizagem contínua e ao desenvolvimento pessoal e profissional. No contexto comercial, essa disposição para aprender constantemente pode impulsionar o crescimento e o sucesso,

permitindo que os profissionais de vendas se mantenham atualizados com as tendências do mercado e adquiram novas habilidades para se destacar em suas funções.

2.2.1.2 Dimensão da Conscienciosidade

No contexto comercial, a Conscienciosidade desempenha um papel crucial, influenciando diretamente o desempenho e a eficácia dos profissionais de vendas. Essa dimensão está intrinsecamente ligada às habilidades práticas necessárias para o sucesso na área de vendas. A capacidade de organização facilita a gestão de tarefas e clientes, enquanto a responsabilidade promove o comprometimento com as metas estabelecidas. Além disso, a diligência assegura uma abordagem consistente e dedicada no atendimento aos clientes (Goldberg, 1990).

Profissionais de vendas que demonstram alta Conscienciosidade são reconhecidos por sua capacidade de manter a ordem em suas atividades, cumprir prazos, assumir responsabilidades e oferecer um serviço confiável e consistente. Essas características são altamente valorizadas no ambiente competitivo de vendas, contribuindo significativamente para o alcance de metas individuais e organizacionais (Goldberg, 1990).

Além do impacto imediato no desempenho comercial, a Conscienciosidade também desempenha um papel importante no desenvolvimento profissional dos vendedores. Profissionais que cultivam essa dimensão estão mais propensos a se destacar, assumir papéis de liderança e conquistar a confiança dos colegas e clientes ao longo do tempo (Goldberg, 1990).

A Conscienciosidade é um fator-chave no sucesso dos profissionais de vendas, pois influencia diretamente seu desempenho e sua eficácia no ambiente comercial. Sua conexão com as *soft skills* relevantes destaca sua importância na excelência profissional e no alcance de resultados consistentes no competitivo mercado atual.

As soft skill dessa dimensão que foram exploradas na pesquisa são: Disciplina na execução de tarefas, Comprometimento com metas estabelecidas, Organização e planejamento, Foco na qualidade do trabalho, Confiança e integridade, Autodisciplina / autogerenciamento e Orientação para resultados.

2.2.1.2.1 *Disciplina na Execução de Tarefas*

A disciplina na execução de tarefas refere-se à capacidade de manter-se focado e comprometido com a conclusão de atividades designadas. Dentro do contexto da conscienciosidade, indivíduos com alta pontuação nesta dimensão são mais propensos a demonstrar disciplina e perseverança na execução de suas responsabilidades, o que contribui para a eficiência e eficácia no ambiente de trabalho (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.2 Comprometimento com Metas Estabelecidas

O comprometimento com metas estabelecidas envolve a dedicação e o esforço contínuo para alcançar objetivos específicos. Profissionais de vendas que exibem alta conscienciosidade são mais propensos a demonstrar comprometimento com as metas da organização, trabalhando diligentemente para alcançá-las e superá-las, mesmo diante de desafios (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.3 Organização e Planejamento

A organização e o planejamento são habilidades essenciais para o sucesso no ambiente de vendas. Indivíduos com alta conscienciosidade tendem a ser organizados e meticolosos na gestão de suas atividades, planejando e priorizando tarefas de forma eficiente para otimizar a produtividade e alcançar resultados consistentes (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.4 Foco na Qualidade do Trabalho

O foco na qualidade do trabalho refere-se à atenção aos detalhes e ao empenho em realizar as tarefas com excelência. Profissionais de vendas com alta conscienciosidade são conhecidos por sua busca pela perfeição e pela entrega de um trabalho de alta qualidade, o que contribui para a satisfação do cliente e a construção de uma reputação positiva no mercado (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.5 Confiança e Integridade

A confiança e a integridade são valores fundamentais no ambiente de vendas. Indivíduos com alta conscienciosidade são percebidos como confiáveis e íntegros, cumprindo promessas e agindo com honestidade e ética em todas as interações comerciais. Essa reputação de confiabilidade é essencial para estabelecer relacionamentos duradouros com os clientes e garantir o sucesso a longo prazo (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.6 Autodisciplina / Autogerenciamento

A autodisciplina e o autogerenciamento são aspectos importantes da conscienciosidade. Profissionais de vendas com alta conscienciosidade são capazes de controlar seus impulsos, manter o foco em suas metas e gerenciar eficazmente seu tempo e recursos para alcançar os resultados desejados. Essa

capacidade de autodisciplina contribui para a produtividade e o sucesso no ambiente de vendas (Goldberg, 1990).

2.2.1.2.7 Orientação para Resultados

A orientação para resultados é uma característica fundamental dos profissionais de vendas bem-sucedidos. Indivíduos com alta conscienciosidade são orientados para alcançar resultados tangíveis e estão dispostos a trabalhar arduamente para atingir metas e objetivos estabelecidos. Sua determinação e foco na realização de resultados contribuem significativamente para o sucesso individual e organizacional no competitivo mercado de vendas (Goldberg, 1990).

2.2.1.3 Dimensão da Extroversão

A extroversão é uma das dimensões-chave do modelo *Big Five*, delineando características como sociabilidade, energia e busca por estímulos externos (Costa & McCrae, 1992). Indivíduos com alta extroversão tendem a ser comunicativos, assertivos e propensos a buscar interações sociais e novas experiências (McCrae & Costa, 1987).

No ambiente social, indivíduos extrovertidos são frequentemente percebidos como sociáveis e extrovertidos, desfrutando de interações sociais e tendo facilidade em estabelecer conexões com os outros (Costa & McCrae, 1992). Além disso, sua energia e entusiasmo são frequentemente contagiantes, criando um ambiente animado e estimulante ao seu redor.

No contexto profissional, a extroversão pode manifestar-se em habilidades como liderança, influência e capacidade de comunicação eficaz (Costa & McCrae, 1992). Profissionais com alta extroversão são frequentemente bem-sucedidos em papéis que exigem interações interpessoais intensas, como vendas e gestão de equipes.

A extroversão desempenha um papel significativo no desenvolvimento pessoal e profissional, influenciando a forma como os indivíduos interagem com o mundo ao seu redor e buscam oportunidades de crescimento (McCrae & Costa, 1987). Profissionais que cultivam essa dimensão podem se beneficiar de uma rede social ampla e diversificada, oportunidades de aprendizado e desenvolvimento, e uma maior capacidade de influenciar e inspirar os outros.

As soft skill dessa dimensão que foram exploradas na pesquisa são: Comunicação persuasiva, Geração de Rapport, Networking eficaz, Carisma, Capacidade de influenciar positivamente, Sociabilidade e Energia e entusiasmo contagiantes.

2.2.1.3.1 Comunicação Persuasiva

A comunicação persuasiva é uma habilidade essencial para profissionais extrovertidos, pois permite que eles transmitam suas ideias de forma convincente e influenciem positivamente os outros (Barrick & Mount, 1991). Indivíduos com alta extroversão são naturalmente comunicativos e assertivos, o que facilita a expressão de argumentos convincentes e a conquista de apoio para suas propostas.

2.2.1.3.2 Geração de Rapport

A geração de rapport é a capacidade de estabelecer e manter conexões genuínas e positivas com outras pessoas (McCrae & Costa, 1987). Profissionais extrovertidos são habilidosos nessa área, pois tendem a ser sociáveis e acessíveis, criando facilmente uma atmosfera de confiança e camaradagem que favorece a colaboração e a cooperação.

2.2.1.3.3 Networking Eficaz

O networking eficaz envolve a construção e manutenção de uma rede de contatos profissionais valiosa (Barrick & Mount, 1991). Indivíduos extrovertidos são naturalmente propensos a se conectar com outras pessoas, o que os torna excelentes em expandir sua rede de contatos e aproveitar oportunidades de colaboração e crescimento profissional.

2.2.1.3.4 Carisma

O carisma é uma qualidade que envolve a capacidade de atrair e cativar as pessoas ao seu redor (McCrae & Costa, 1987). Profissionais extrovertidos muitas vezes exibem um alto grau de carisma, transmitindo confiança, entusiasmo e empatia em suas interações, o que os torna inspiradores e influentes para os outros.

2.2.1.3.5 Capacidade de Influenciar Positivamente:

A capacidade de influenciar positivamente está relacionada à habilidade de motivar e inspirar os outros a agir de maneiras desejadas (Barrick & Mount, 1991). Profissionais extrovertidos são frequentemente eficazes nessa área, pois sua energia e entusiasmo contagiantes os tornam convincentes e persuasivos em suas comunicações.

2.2.1.3.6 Sociabilidade:

A sociabilidade é uma característica central dos indivíduos extrovertidos, que desfrutam de interações sociais e tendem a se sentir energizados na presença de outras pessoas (McCrae & Costa, 1987). Essa habilidade de se conectar facilmente com os outros contribui para o estabelecimento de relacionamentos sólidos e produtivos no ambiente profissional.

2.2.1.3.7 Energia e Entusiasmo contagiantes

A energia e o entusiasmo contagiantes são marcas registradas dos profissionais extrovertidos, que tendem a irradiar uma aura positiva e motivadora ao seu redor (Barrick & Mount, 1991). Essa energia vibrante não apenas inspira os outros, mas também impulsiona o próprio desempenho, permitindo que os extrovertidos enfrentem desafios com determinação e otimismo.

2.2.1.4 Dimensão da Amabilidade

A amabilidade aborda traços como empatia, altruísmo e cordialidade (Costa & McCrae, 1992). Indivíduos com alta amabilidade tendem a ser gentis, prestativos e sensíveis às necessidades dos outros, demonstrando compaixão e preocupação com o bem-estar alheio (McCrae & Costa, 1987).

No ambiente social, indivíduos com alta amabilidade são percebidos como calorosos e amigáveis, sendo capazes de estabelecer e manter relacionamentos harmoniosos e gratificantes (Costa & McCrae, 1992). Sua disposição para ajudar os outros e sua capacidade de compreensão e empatia criam um ambiente acolhedor e positivo ao seu redor.

No contexto profissional, a amabilidade pode se manifestar em habilidades como trabalho em equipe, liderança colaborativa e serviço ao cliente excepcional (McCrae & Costa, 1987). Profissionais com alta amabilidade são valorizados por sua capacidade de criar um ambiente de trabalho positivo e colaborativo, promovendo o engajamento e a cooperação entre colegas e clientes.

A amabilidade desempenha um papel significativo no desenvolvimento pessoal e profissional, influenciando a forma como os indivíduos interagem uns com os outros e contribuem para o bem-estar da comunidade (Costa & McCrae, 1992). Profissionais que cultivam essa dimensão tendem a ser mais eficazes em suas interações interpessoais, construindo relacionamentos sólidos e duradouros e promovendo um clima de trabalho positivo e produtivo.

2.2.1.4.1 Adaptabilidade a Diferentes Personalidades

A adaptabilidade a diferentes personalidades é uma habilidade crucial para profissionais amáveis, permitindo-lhes ajustar seu comportamento e estilo de comunicação para se adequar às necessidades e preferências individuais dos outros (Barrick & Mount, 1991). Indivíduos com alta amabilidade são naturalmente receptivos e abertos à diversidade, sendo capazes de se relacionar positivamente com uma ampla gama de pessoas.

2.2.1.4.2 Gestão Eficaz de Conflitos

A gestão eficaz de conflitos envolve a habilidade de lidar com desentendimentos e divergências de maneira construtiva e harmoniosa (Costa & McCrae, 1992). Profissionais amáveis são habilidosos nessa área, demonstrando paciência, empatia e diplomacia na resolução de conflitos, o que contribui para a manutenção de um ambiente de trabalho saudável e produtivo.

2.2.1.4.3 Colaboração Proativa

A colaboração proativa refere-se à disposição e iniciativa para trabalhar em equipe e contribuir para objetivos compartilhados (Barrick & Mount, 1991). Indivíduos com alta amabilidade são naturalmente colaborativos, buscando ativamente oportunidades para apoiar e colaborar com colegas de trabalho, o que fortalece os vínculos interpessoais e promove o sucesso coletivo.

2.2.1.4.4 Empatia e Compreensão genuína

A empatia e a compreensão genuína são traços distintivos dos profissionais amáveis, que demonstram uma capacidade profunda de se colocar no lugar dos outros e compreender suas perspectivas e sentimentos (McCrae & Costa, 1987). Essa habilidade de empatia fortalece os relacionamentos interpessoais e promove uma comunicação eficaz e harmoniosa.

2.2.1.4.5 Cortesia e Boa Educação

A cortesia e a boa educação são características essenciais dos profissionais amáveis, que demonstram respeito e consideração pelos outros em todas as interações (Costa & McCrae, 1992). Essa gentileza e etiqueta são valorizadas no ambiente de trabalho, contribuindo para um clima positivo e profissional.

2.2.1.4.6 Habilidade em Construir Relações Duradouras

A habilidade em construir relações duradouras é uma competência-chave dos profissionais amáveis, que cultivam vínculos sólidos e significativos com colegas e clientes ao longo do tempo (Barrick & Mount, 1991). Sua autenticidade, confiabilidade e generosidade promovem a confiança e a lealdade, sustentando relacionamentos de longo prazo.

2.2.1.4.7 Generosidade na Interação com Colegas e Clientes

A generosidade na interação com colegas e clientes é uma característica marcante dos profissionais amáveis, que demonstram uma disposição sincera para ajudar e apoiar os outros (McCrae & Costa, 1987). Sua generosidade cria um ambiente de trabalho acolhedor e positivo, fortalecendo os laços interpessoais e promovendo uma cultura de colaboração e gratidão.

2.2.1.5 Neuroticismo (Estabilidade Emocional)

A Estabilidade Emocional e o Neuroticismo são duas faces da mesma moeda no modelo Big Five, representando o equilíbrio emocional e a resiliência diante do estresse (Costa & McCrae, 1992). Enquanto a Estabilidade Emocional reflete a capacidade de manter a calma e a serenidade em situações desafiadoras, o Neuroticismo está associado a preocupações constantes e reações emocionais intensas diante do estresse (McCrae & Costa, 1987).

No ambiente social, a Estabilidade Emocional é valorizada por sua capacidade de promover relacionamentos saudáveis e interações positivas (Costa & McCrae, 1992). Indivíduos com alta Estabilidade Emocional são percebidos como equilibrados e confiáveis, capazes de oferecer apoio e orientação em momentos difíceis. Em contraste, o Neuroticismo pode dificultar a construção de relacionamentos sólidos devido a suas reações emocionais intensas e preocupações constantes.

No contexto profissional, a Estabilidade Emocional desempenha um papel crucial no desempenho e na eficácia no trabalho (McCrae & Costa, 1987). Profissionais com alta Estabilidade Emocional são mais propensos a lidar bem com o estresse, manter o foco em suas tarefas e manter relacionamentos

profissionais produtivos. Por outro lado, o Neuroticismo pode prejudicar o desempenho no trabalho devido a reações emocionais negativas e dificuldades em lidar com situações estressantes.

Tanto a Estabilidade Emocional quanto o Neuroticismo têm um impacto significativo no desenvolvimento pessoal e profissional (Costa & McCrae, 1992). Profissionais que cultivam a Estabilidade Emocional podem desenvolver habilidades importantes de auto-gerenciamento emocional, como resiliência e flexibilidade, que são essenciais para enfrentar os desafios da vida pessoal e profissional. Por outro lado, lidar com o Neuroticismo pode exigir estratégias para reduzir a ansiedade e melhorar a regulação emocional, buscando apoio profissional quando necessário.

As *soft skills* dessa dimensão que foram exploradas na pesquisa são: Resiliência em situações desafiadoras, Controle emocional sob pressão, Capacidade de manter a calma em situações de estresse, Adaptação rápida a mudanças, Otimismo em face de desafios, Equilíbrio emocional e Assertividade construtiva.

2.2.1.5.1 Resiliência em Situações Desafiadoras

A resiliência em situações desafiadoras é a capacidade de se adaptar e se recuperar rapidamente de adversidades e obstáculos (Smith & Johnson, 2018). Indivíduos resilientes enfrentam dificuldades com determinação e persistência, aprendendo e crescendo com as experiências adversas ao invés de se deixarem abater.

2.2.1.5.2 Controle Emocional sob Pressão

O controle emocional sob pressão refere-se à habilidade de gerenciar e controlar as emoções mesmo em situações de alta pressão e estresse (Peterson & Lopez, 2016). Profissionais com essa *soft skill* são capazes de manter a calma e tomar decisões racionais, mesmo diante de circunstâncias desafiadoras.

2.2.1.5.3 Capacidade de Manter a Calma em Situações de Estresse

A capacidade de manter a calma em situações de estresse está relacionada à habilidade de permanecer tranquilo e focado, mesmo quando enfrentando situações intensas (Smith & Johnson, 2018). Essa *soft skill* permite que os profissionais enfrentem desafios com serenidade, mantendo um alto nível de desempenho.

2.2.1.5.4 Adaptação Rápida a Mudanças

A adaptação rápida a mudanças é a capacidade de se ajustar e se adaptar rapidamente a novas circunstâncias e ambientes (Peterson & Lopez, 2016). Profissionais com essa habilidade são flexíveis e abertos a novas ideias e abordagens, o que lhes permite prosperar em ambientes dinâmicos.

2.2.1.5.5 Otimismo em Face de Desafios

O otimismo em face de desafios envolve a crença na possibilidade de alcançar resultados positivos, mesmo diante de obstáculos (Smith & Johnson, 2018). Profissionais otimistas encaram desafios como oportunidades de crescimento e desenvolvimento, mantendo uma atitude positiva e motivadora.

2.2.1.5.6 Equilíbrio Emocional

O equilíbrio emocional refere-se à capacidade de manter a estabilidade emocional e o bem-estar mesmo diante de situações estressantes (Peterson & Lopez, 2016). Profissionais com essa soft skill são capazes de lidar com suas emoções de forma saudável e construtiva, mantendo-se focados e produtivos em seu trabalho.

2.2.1.5.7 Assertividade Construtiva

A assertividade construtiva é a habilidade de expressar opiniões, necessidades e limites de forma clara, direta e respeitosa (Smith & Johnson, 2018). Profissionais assertivos comunicam-se de maneira eficaz, defendendo seus interesses e contribuindo para um ambiente de trabalho transparente e colaborativo.

A seguir apresentamos todos os *Soft Skills*, anteriormente citados dentro das suas respectivas dimensões do modelo do “Big Five” objetivando que os pesquisadores e estudantes, possam ter uma visão “*Top Down*” dessas habilidades e competências, e quais os autores que a citam como na literatura especializada.

Quadro 3 - Soft Skill mais citados pela literatura e respectivas dimensões

| DIMENSÃO | VARIÁVEL (SOFT SKILLS) | AUTORES |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------|
| EXTROVERSÃO | Comunicação persuasiva. | (Barrick & Mount, 1991). |
| | Geração de Rapport | (McCrae & Costa, 1987). |
| | Networking eficaz. | (Barrick & Mount, 1991). |
| | Carisma. | (McCrae & Costa, 1987). |
| | Capacidade de influenciar positivamente. | (Barrick & Mount, 1991). |
| | Sociabilidade. | (McCrae & Costa, 1987). |
| | Energia e entusiasmo contagiantes. | (Barrick & Mount, 1991). |
| AMABILIDADE | Adaptabilidade a diferentes personalidades. | (Barrick & Mount, 1991). |
| | Gestão eficaz de conflitos. | (Costa & McCrae, 1992). |
| | Colaboração proativa. | (Barrick & Mount, 1991). |
| | Empatia e compreensão genuína. | (McCrae & Costa, 1987). |
| | Cortesia e boa educação. | (Costa & McCrae, 1992). |
| | Habilidade em construir relações duradouras. | (Barrick & Mount, 1991) |
| | Generosidade na interação com colegas e clientes. | (McCrae & Costa, 1987). |
| CONSCIENCIOSIDADE: | Disciplina na execução de tarefas. | (Goldberg, 1990). |
| | Comprometimento com metas estabelecidas. | (Goldberg, 1990). |
| | Organização e planejamento. | (Goldberg, 1990). |
| | Foco na qualidade do trabalho. | (Goldberg, 1990). |
| | Confiança e integridade. | (Goldberg, 1990). |
| | Autodisciplina / autogerenciamento | (Goldberg, 1990). |
| | Orientação para resultados. | (Goldberg, 1990). |
| ESTABILIDADE EMOCIONAL (NEUROTICISMO) | Resiliência em situações desafiadoras. | (Smith & Johnson, 2018). |
| | Controle emocional sob pressão. | (Peterson & Lopez, 2016). |
| | Capacidade de manter a calma em situações de estresse. | (Smith & Johnson, 2018). |
| | Adaptação rápida a mudanças. | (Peterson & Lopez, 2016). |
| | Otimismo em face de desafios. | (Smith & Johnson, 2018). |
| | Equilíbrio emocional. | (Peterson & Lopez, 2016). |
| | Assertividade construtiva. | (Smith & Johnson, 2018). |
| ABERTURA A NOVAS EXPERIÊNCIAS | Criatividade na resolução de problemas. | (McCrae e Costa, 1997) |
| | Curiosidade | (John e Srivastava, 1999) |
| | Aceitação de feedback construtivo. | (Costa e McCrae, 1992) |
| | Inovação em abordagens comerciais. | (Goldberg, 1990). |
| | Exploração de novas ideias e conceitos. | John e Srivastava , 1999) |
| | Flexibilidade diante de mudanças. | (Costa e McCrae , 1992) |
| | Disposição para aprender constantemente. | (McCrae e Costa, 1997), |

3 METODOLOGIA

Esta seção tem como objetivo apresentar os métodos que conduziram e direcionaram o presente estudo. Método, segundo Richardson (1999, p.22) corresponde ao caminho ou maneira de se chegar a determinado fim ou objetivo, e a metodologia são os procedimentos e regras utilizadas por determinado método.

Demo (1985, p. 19) acrescenta que a “metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas e dos caminhos”.

Para Prodanov (2013) metodologia, na pesquisa científica, é responsável por examinar, descrever e avaliar os métodos e técnicas que possibilitaram uma melhor coleta e processamento das informações obtidas, direcionando a pesquisa para a resolução de problemas e/ou questões que se pretende investigar.

3.1 TIPO DE PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória, porque tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito, o que inclui o levantamento bibliográfico. Descritiva, porque descreve, registra, determinado fenômeno ou população do estudo (GIL, 2002, p. 41).

Após a definição da finalidade da pesquisa, faz-se necessário adotar o tipo de abordagem mais apropriada para atingir os objetivos da investigação. Assim, quando a finalidade da investigação é descritiva e a abordagem é qualitativa, pois essa é a mais adequada para investigação empírica, por meio do estudo de caso (Freitas & Jabbour, 2011, P.9)

Segundo Freitas e Jabbour (2011, p. 9) a combinação metodológica é considerada uma forma robusta de se produzir conhecimentos, uma vez que se superam as limitações de cada uma das abordagens tradicionais.

Adota-se a o estudo de caso múltiplo, pois esse, segundo Stake (2005), propicia evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade.

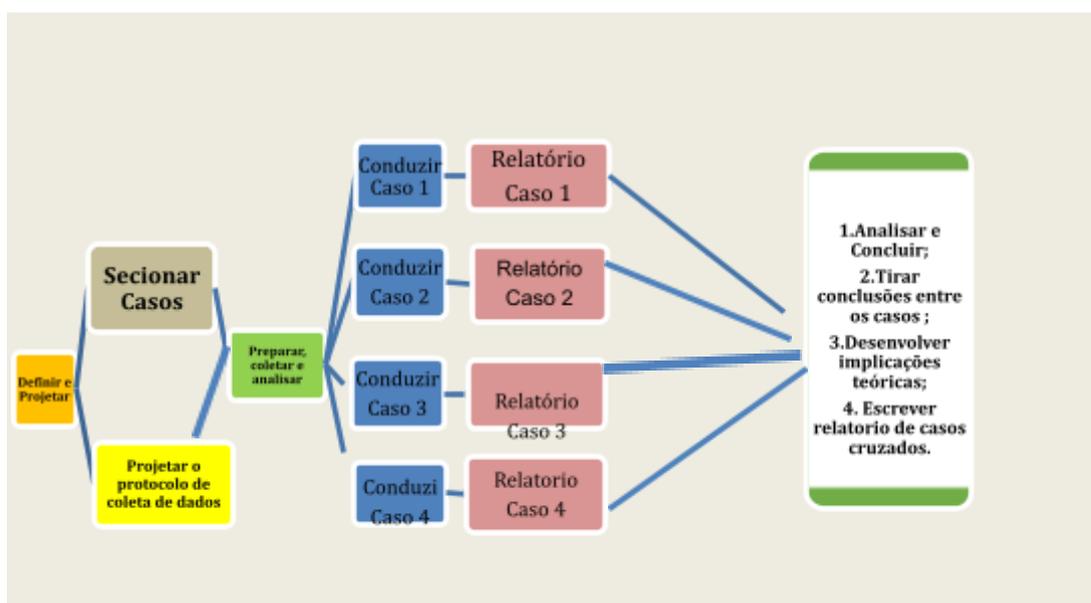
O estudo de caso, de acordo com Yin (2005, p,32) “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”

Dessa forma, constata-se que estudar fenômenos contemporâneos exige do pesquisador um olhar e participação onde o fenômeno está acontecendo, tendo em vista que fatos da vida real, vividos em seu contexto, não são passíveis de inserção em ambientes controlados e tampouco asseguram a previsibilidade.

É nessa direção que elegemos essa estratégia como possibilidade de incrementar o debate entre a psicologia cognitiva com o comportamento organizacional na área comercial, objetivando conhecer as principais habilidades interpessoais, aqui entendidas com *soft skills*, percebidas pelos gestores das organizações.

A escolha de um estudo de caso múltiplos, não visou a replicação, mas a possibilidade comparativa das percepções dos gestores da área comercial, sobre as linhas de convergências e divergências sobre as *soft skills*, nesse segmento de mercado (Yin, 2005),

Figura 2 – Etapas do Estudo de caso Múltiplos



Fonte: Adaptado de Yin (2015).

Utilizar-se-á, um questionário, o qual será utilizado como um roteiro de entrevista. Esse questionário utilizar-se-á das cinco dimensões do modelo de *Big Five*, e em cada dimensão será constituída de sete variáveis ou *soft skills* mais citadas na literatura especializada, em psicologia organizacional, mas especificamente da Teoria dos Traços da Personalidade.

3.2 INSTRUMENTO DE COLETA

Trata-se de um questionário, que será utilizado como roteiro de uma entrevista, o qual foi desenvolvido tomando como base no “Modelo dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade”, também conhecido como “*Big Five*”, à luz da Teoria dos Traços da Personalidade.

Quadro 4 – Modelo do Questionário para avaliação das *Soft Skills* com base no Big Five

| DIMENSÃO | VARIÁVEL (<i>SOFT SKILLS</i>) | GRAU DE IMPORTÂNCIA | | | | |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| EXTROVERSÃO | Comunicação persuasiva. | | | | | |
| | Geração de Rapport | | | | | |
| | Networking eficaz. | | | | | |
| | Carisma. | | | | | |
| | Capacidade de influenciar positivamente. | | | | | |
| | Sociabilidade. | | | | | |
| | Energia e entusiasmo contagiantes. | | | | | |
| AMABILIDADE | Adaptabilidade a diferentes personalidades. | | | | | |
| | Gestão eficaz de conflitos. | | | | | |
| | Colaboração proativa. | | | | | |
| | Empatia e compreensão genuína. | | | | | |
| | Cortesia e boa educação. | | | | | |
| | Habilidade em construir relações duradouras. | | | | | |
| | Generosidade na interação com colegas e clientes. | | | | | |
| CONSCIENCIOSIDADE : | Disciplina na execução de tarefas. | | | | | |
| | Comprometimento com metas estabelecidas. | | | | | |
| | Organização e planejamento. | | | | | |
| | Foco na qualidade do trabalho. | | | | | |
| | Confiança e integridade. | | | | | |
| | Autodisciplina / autogerenciamento | | | | | |
| | Orientação para resultados. | | | | | |
| ESTABILIDADE EMOCIONAL (NEUROTICISMO) | Resiliência em situações desafiadoras. | | | | | |
| | Controle emocional sob pressão. | | | | | |
| | Capacidade de manter a calma em situações de estresse. | | | | | |
| | Adaptação rápida a mudanças. | | | | | |
| | Otimismo em face de desafios. | | | | | |
| | Equilíbrio emocional. | | | | | |
| | Assertividade construtiva. | | | | | |
| ABERTURA A NOVAS EXPERIÊNCIAS | Criatividade na resolução de problemas. | | | | | |
| | Curiosidade | | | | | |
| | Aceitação de feedback construtivo. | | | | | |
| | Inovação em abordagens comerciais. | | | | | |

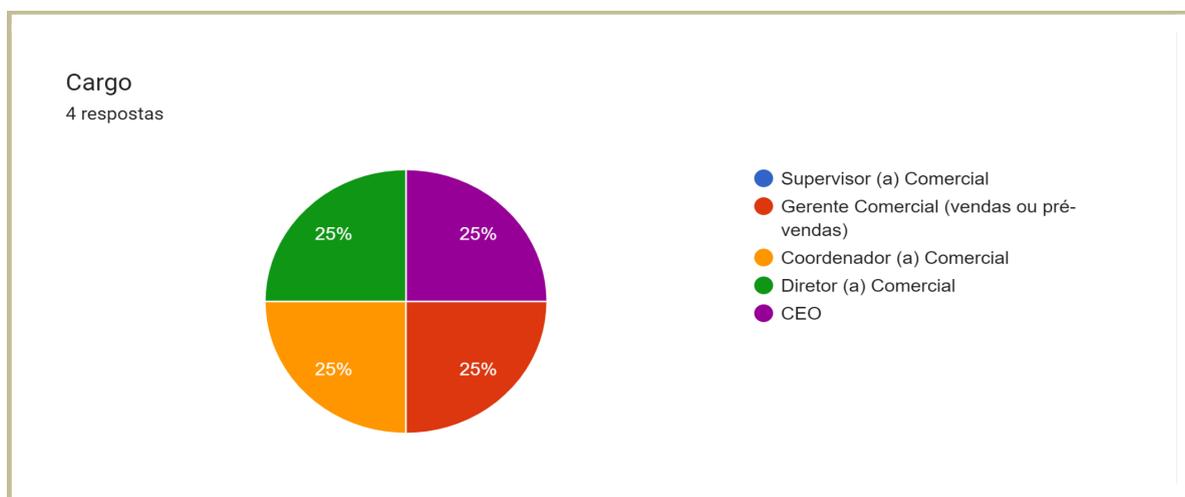
| | | | | | | |
|--|------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | Exploração de novas ideias e conceitos. | | | | | |
| | Flexibilidade diante de mudanças. | | | | | |
| | Disposição para aprender constantemente. | | | | | |

Legenda: 1 = Sem Importância, 2 = Razoavelmente Importante, 3 = Importante, 4 = Muito Importante, 5 = Extremamente Importante.

4 RESULTADOS

Esta seção tem como objetivo apresentar os resultados do estudo.

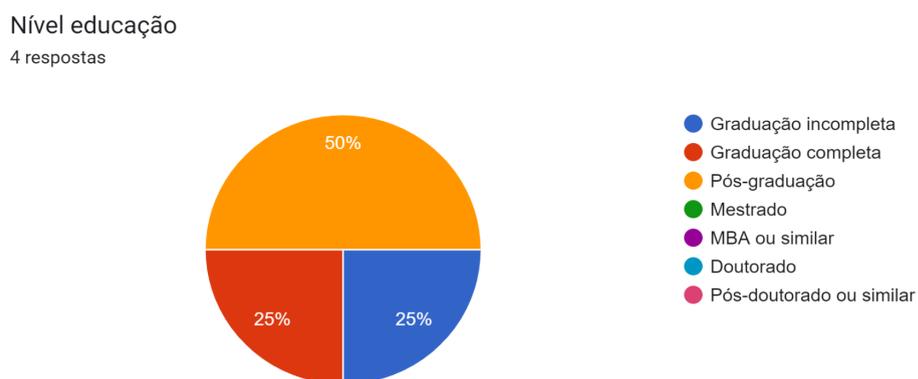
Gráfico 1 – Funções exercidas pelos gestores da área comercial



Fonte: Dados da Pesquisa

Quatro gestores da área comercial responderam a pesquisa, aos quais ocupavam as seguintes funções nas suas respectivas empresas: 01 CEO (Presidente); 01 Diretor Comercial; 01 Coordenador Comercial e 01 Gerente Comercial.

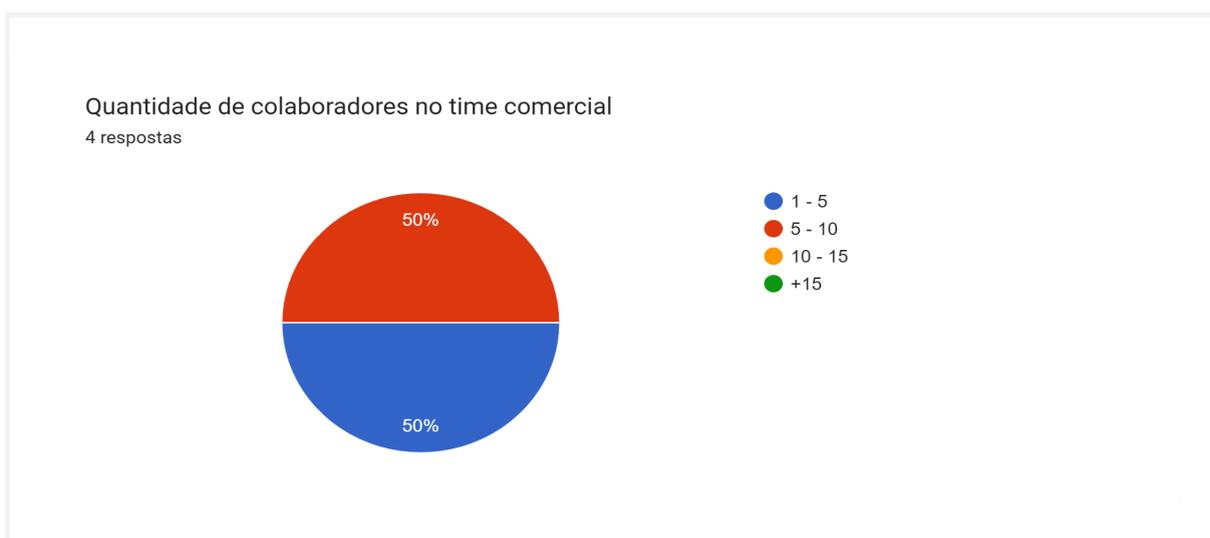
Gráfico 2 – Grau de Escolaridade dos Gestores da área comercial



Fonte: Dados da Pesquisa

Dos 04 Gestores Comerciais que responderam a pesquisa, dois possuem cursos de Pós-Graduação na área de administração, 01 possui superior completo, e 01 superior incompleto.

Gráfico 3 – Grau de Escolaridade dos Gestores da área comercial



Fonte: Dados da pesquisa

No tocante à quantidade de colaboradores da área comercial subordinados a esses Gestores Comerciais, identificou-se que 50% lideravam de 1 a 5 assessores comerciais e outros 50% lideravam de 5 a 10 colaboradores.

Obteve-se os seguintes resultados no que concerne à percepção dos gestores comerciais quanto a importância dos *Soft Skills* da dimensão **extroversão** do modelo *Big Five* :

Quadro 5 - Dimensão Extroversão

| Soft Skills | Grau de Importância | | | | | Soma dos pesos | Percentual | Média |
|-----------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|----------------|------------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Comunicação persuasiva | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 18 | 16,51% | 4,5 |
| Geração de Rapport | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 18 | 16,51% | 4,5 |
| Networking eficaz | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 13 | 11,93% | 3,3 |
| Carisma | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 13 | 11,93% | 3,3 |
| Capacidade de influenciar positivamente | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 18 | 16,51% | 4,5 |
| Sociabilidade | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 14 | 12,84% | 3,5 |
| Energia e entusiasmo contagiantes | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 15 | 13,76% | 3,8 |

Fonte: Dados da Pesquisa

Gráfico 4 – Grau de importância dos *Soft Skills* percebidos pelo Gestores Comerciais Dimensão Extroversão



Fonte: Dados da Pesquisa

Verifica-se que os *Soft Skills* percebidos como mais importantes pelos gestores comerciais pesquisados foram a capacidade de influenciar positivamente, a geração de rapport e a Comunicação persuasiva, tendo essas três variáveis obtidas médias iguais ou seja 4,5, conforme gráfico acima. A média geral dessa dimensão foi de 3,91.

Quadro 6 - Dimensão Amabilidade

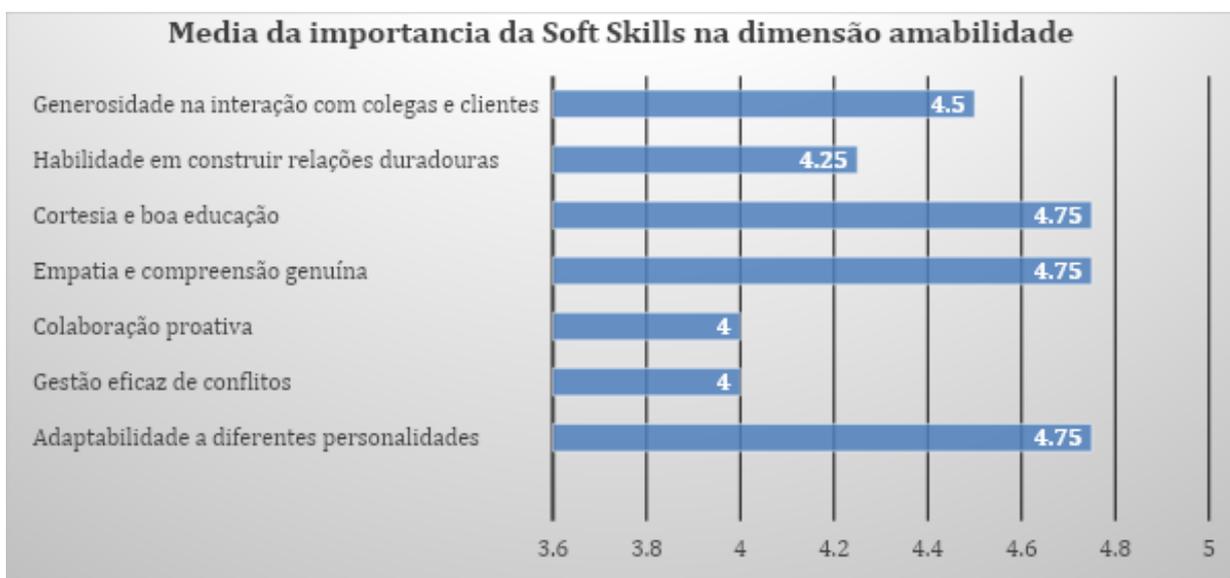
| <i>Soft Skills</i> | Grau de Importância | | | | | Soma dos pesos | Percentual | Média |
|--------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|----------------|------------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Adaptabilidade a diferentes personalidades | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 15,32% | 4,75 |
| Gestão eficaz de conflitos | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 16 | 12,90% | 4 |
| Colaboração proativa | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 16 | 12,90% | 4 |
| Empatia e compreensão genuína | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 15,32% | 4,75 |
| Cortesia e boa educação | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 15,32% | 4,75 |
| Habilidade em construir relações duradouras | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 17 | 13,71% | 4,25 |
| Generosidade na interação com colegas e clientes | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 18 | 14,52% | 4,5 |

Fonte: Dados da Pesquisa

No tocante concerne à percepção dos gestores comerciais quanto a importância dos *Soft Skills* da dimensão amabilidade do modelo do *Big Five*, pode-se observar o Quadro 6

acima mencionado que três *Soft Skills* se destacam, cada uma obtendo 15,32%, o que corresponde a conjuntamente a 46,05% das *Soft Skills*, dessa dimensão.

**Gráfico 6 – Grau de importância dos *Soft Skills* percebidos pelo Gestores Comerciais
Dimensão Amabilidade**



Fonte: Dados da pesquisa

Verifica-se que os *Soft Skills* percebidos como mais importantes pelos gestores comerciais pesquisados foram a cortesia e boa educação, a empatia e compreensão genuína e a adaptabilidade a diferentes personalidades. Essas três variáveis obtiveram médias iguais ou seja 4,75 conforme Gráfico 5, acima.

Observa-se também, que essa dimensão apresenta uma média geral de 4,42. Um escore extremamente favorável em todas as variáveis dessa dimensão, consideradas como muito importantes.

Quanto a dimensão conscienciosidade observa-se que dentre as sete *Soft Skills* apresentadas nesta seção, destaca-se a “Confiança e a Integridade” como a variável percebida como mais importante, referente a um percentual de 16,81% do total da referida dimensão, seguida da “Autodisciplina/autogerenciamento” (15,93%) e da “Foco na qualidade do trabalho” (15,04%).

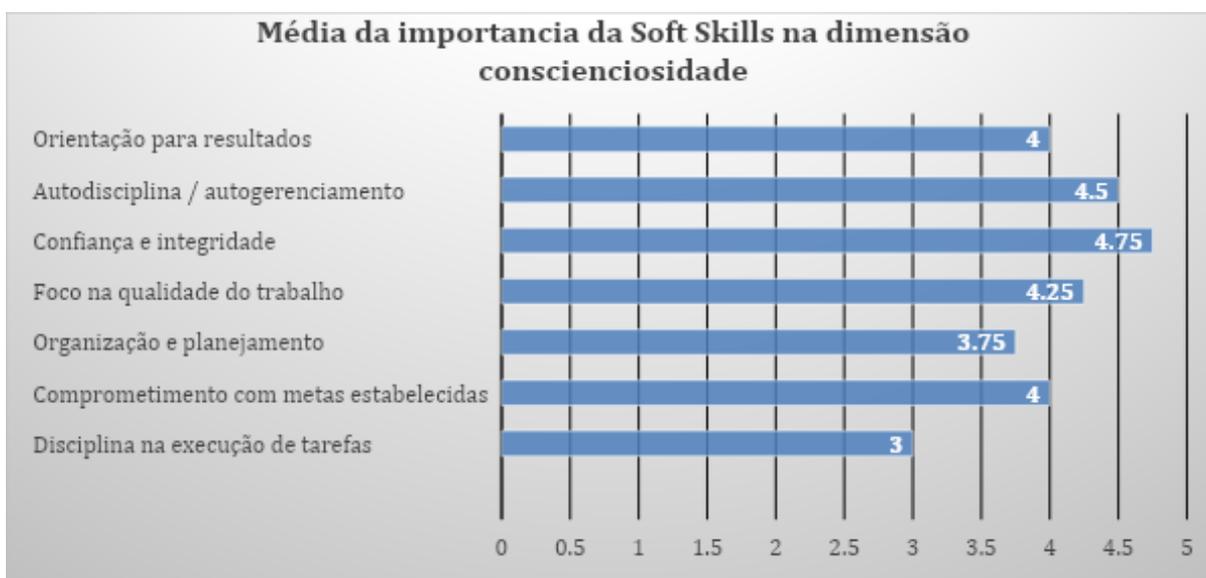
Com relação às médias obtidas constata-se 4,75 para a *Soft Skill* Confiança e Integridade; 4,50 para Autodisciplina e Autogerenciamento; e 4,25 para a variável: Foco da qualidade do trabalho. A média geral dessa dimensão foi de 4,03, como pode-se comprovar no Gráfico 7, a seguir apresentado.

Quadro 7- Dimensão Conscienciosidade

| <i>Soft Skills</i> | Grau de Importância | | | | | Soma dos pesos | Percentual | Média |
|-----------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|----------------|------------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Disciplina na execução de tarefas | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 12 | 10,62% | 3 |
| Comprometimento com metas estabelecidas | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 16 | 14,16% | 4 |
| Organização e planejamento | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 15 | 13,27% | 3,75 |
| Foco na qualidade do trabalho | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 17 | 15,04% | 4,25 |
| Confiança e integridade | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 16,81% | 4,75 |
| Autodisciplina / autogerenciamento | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 18 | 15,93% | 4,5 |
| Orientação para resultados | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 16 | 14,16% | 4 |

Fonte: Dados da Pesquisa

Gráfico 7 – Grau de importância das *Soft Skills* percebidos pelo Gestores Comerciais Dimensão Conscienciosidade



Fonte: Dados da Pesquisa

Quanto a dimensão de Neuroticismo observa-se que dentre as sete *Soft Skills* apresentadas nessa sessão, destaca-se a “Adaptação rápida a mudança” como a variável percebida como mais importante, referente a um percentual de 16,81% do total da referida dimensão, seguida da “Autodisciplina/autogerenciamento” (15,93%) e da “Foco na qualidade do trabalho” (15,04%).

Quadro 8 - Dimensão Estabilidade Emocional/Neuroticismo

| <i>Soft Skills</i> | Grau de Importância | | | | | Soma dos pesos | Percentual | Média |
|-------------------------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|----------------|------------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Resiliência em situações desafiadoras | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 16 | 14,16% | 4 |
| Controle emocional sob pressão | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 18 | 15,93% | 4,5 |
| Capacidade de manter a calma em situações de estresse | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 17 | 15,04% | 4,25 |
| Adaptação rápida a mudanças | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 16,81% | 4,75 |
| Otimismo em face de desafios | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 13 | 11,50% | 3,25 |
| Equilíbrio emocional | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 16 | 14,16% | 4 |
| Assertividade construtiva | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 14 | 12,39% | 3,5 |

Fonte: Dados da Pesquisa

Gráfico 8 – Grau de importância dos *Soft Skills* percebidos pelo Gestores Comerciais Dimensão Estabilidade Emocional / Neuroticismo

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se no Gráfico 8, acima que a *Soft Skill* “Adaptabilidade rápida a mudanças”, foi percebida como a mais importante da citada dimensão neuroticismo, em virtude da média de 4,75, considerando uma escala de likert de 1-5. Constata-se que a média geral dessa dimensão foi de 4.03.

Quadro 9 - Dimensão Abertura Novas Experiências

| <i>Soft Skills</i> | Grau de Importância | | | | | Soma dos pesos | Percentual | Média |
|-----------------------------------------|---------------------|---|---|---|---|----------------|------------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Criatividade na resolução de problemas | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 15 | 13,27% | 3,75 |
| Curiosidade | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 15 | 13,27% | 3,75 |
| Aceitação de feedback construtivo | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 18 | 15,93% | 4,5 |
| Inovação em abordagens comerciais | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 17 | 15,04% | 4,25 |
| Exploração de novas ideias e conceitos | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 16 | 14,16% | 4 |
| Flexibilidade diante de mudanças | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 17 | 15,04% | 4,25 |
| Disposição para aprender constantemente | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 20 | 17,70% | 5 |

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se que três *soft skills*, se destacam nessa dimensão: a Disposição para aprender constantemente (17.70%); Inovação em abordagens comerciais e a Flexibilidade diante de mudanças, ambas variáveis com 15,04%.

Gráfico 9 – Grau de importância das *Soft Skills* percebidos pelo Gestores Comerciais Dimensão Abertura para Novas Experiências

Fonte: Dados de Pesquisa

No tocante a dimensão de Abertura a novas experiências, verifica-se que a *Soft Skill* “Disposição para aprender constantemente” alcançou o limite máximo da escala de likert, ou seja, uma média igual a 5. Escore que não foi alcançado por nenhuma *soft skill*,

nessa pesquisa. Essa dimensão chegou a uma média geral de 4,21 valor que a coloca em 2º. Lugar no grau de importância na percepção dos gestores pesquisados.

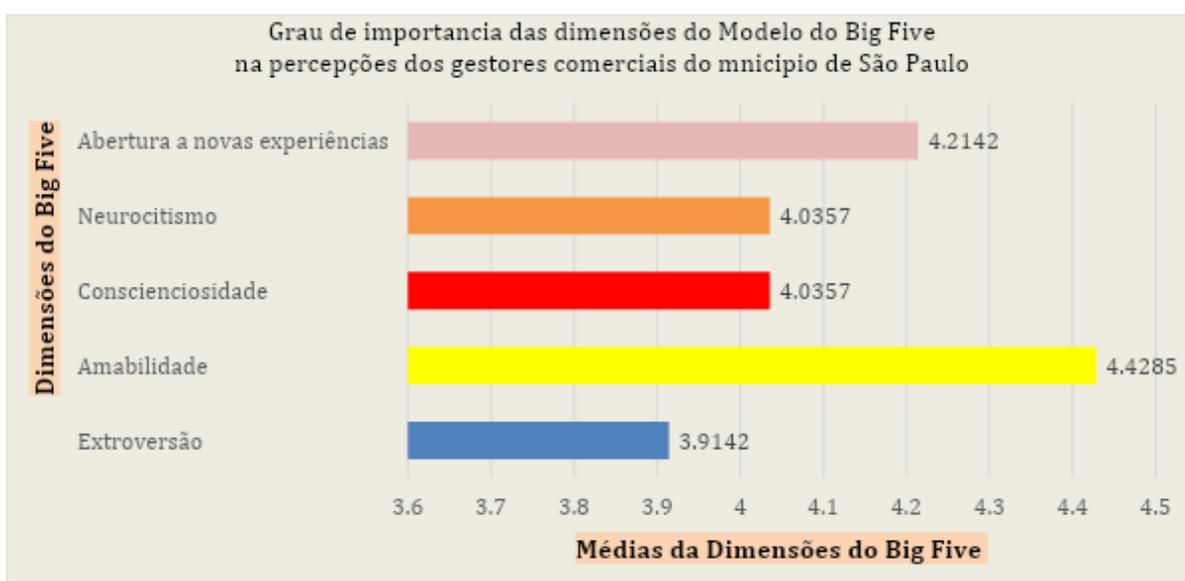
Quadro 10 – Classificação das dimensões do Modelo *Big Five* em função da importância percebida pelos Gestores Comerciais do município de São Paulo em janeiro de 2024

| Dimensões | Média da Dimensão | Classificação |
|--------------------------------|-------------------|---------------|
| Extroversão | 3,9142 | 4º. |
| Amabilidade | 4,4285 | 1º. |
| Conscienciosidade | 4,0357 | 3º. |
| Neuroticismo | 4,0357 | 3º. |
| Abertura a novas experiências | 4,2142 | 2º. |
| Média Geral do <i>Big Five</i> | 4,1256 | |

Fonte: Dados da Pesquisa

O quadro 10, acima apresenta as médias gerais, das dimensões pesquisadas, destacando-se a dimensão Amabilidade, seguida da dimensão abertura a novas experiências, o que demonstra a preocupação dos gestores com a importância do relacionamento interpessoal no ambiente do trabalho, seja virtual ou presencial, bem como como profissionais abertos à criatividade, inovação e ao aprendizado constante.

Gráfico 10 – Grau de importância das dimensões do Modelo do *Big Five* na percepção dos gestores comerciais do município de São Paulo em janeiro de 2024



Fonte: Dados da Pesquisa

Quadro 11 - Classificação das *Soft Skills* consideradas mais importantes na percepção dos Gestores Comerciais nas respectivas dimensões

| Dimensões | <i>Soft Skills</i> mais importantes | Médias |
|--------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|
| Extroversão | Comunicação persuasiva | 4,50 |
| | Geração de Rapport | |
| | Capacidade de influenciar positivamente | |
| Amabilidade | Adaptabilidade a diferentes personalidades | 4,75 |
| | Empatia e compreensão genuína | |
| | Cortesia e boa educação | |
| Conscienciosidade | Confiança e integridade | 4,75 |
| Neuroticismo | Adaptação rápida a mudanças | 4,75 |
| Abertura a novas experiências | Disposição para aprender constantemente | 5,00 |

Fonte : Dados da Pesquisa

No Quadro 11, evidencia as *Soft Skills* percebidas como mais importantes percebidas pelos gestores comerciais das cinco empresas estudadas, destacando-se a “Disposição para aprender constantemente” como a variável que conseguiu a pontuação máxima possível, numa escala de likert de 1-5, classificada como “Extremamente Importante” para atingir a maximização das competências individuais e coletivas, vitais para construção de relações, negociações eficazes que resultem na maximização do posicionamento da empresa do mercado onde atua.

5 CONCLUSÃO

Essa seção é uma resposta à pergunta de pesquisa, que busca demonstrar que o presente estudo atingiu os objetivos propostos, tanto no âmbito geral, como no específico.

O dinamismo do ambiente empresarial contemporâneo, a flexibilização do trabalho, destacou a necessidade das empresas em possuírem profissionais não apenas conhecimentos técnicos, mas também habilidades interpessoais sólidas.

Nesse contexto, as *soft skills* foram percebidas pelos gestores comerciais, das cinco empresas pesquisadas, como elementos cruciais para a maximização das competências individuais e coletivas, vitais para construção de relações, negociações eficazes que resultem do posicionamento ótimo da empresa, no mercado onde atua.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica exaustiva sobre conceitos, classificações, categorização, modelos conceituais relacionados à avaliação das *Soft Skills*, bem como apresentado as principais pesquisas que foram desenvolvidas sobre esse tema, tanto no âmbito nacional, como internacional.

Na presente pesquisa, identificou-se 35 (trinta e cinco) *Soft Skills*, citados na literatura especializada da área do comportamento e psicologia organizacional, no tocante a habilidades interpessoais no ambiente do trabalho. Agregou-se 7 (sete) *Soft Skills*, em cada dimensão do Modelo dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade, mais conhecido por “*Big Five*”, gerando um instrumento de coleta inédito, apresentado nas folhas 31, desta pesquisa (Quadro 4 – Modelo do Questionário para avaliação das *Soft Skills* com base no *Big Five*).

Ao avaliar as *Soft Skills* por dimensões do Modelo *Big Five*, colhendo as seguintes evidência empíricas:

1) Dimensão Extroversão

Contatou-se que os *Soft Skills* percebidos como mais importantes pelos gestores comerciais pesquisados foram: a capacidade de influenciar positivamente, a geração de rapport e a Comunicação persuasiva, tendo essas três variáveis obtidas médias iguais ou seja 4,5. A média ponderada geral dessa dimensão foi de 3,91.

Esses resultados vêm de encontro a literatura especializada, tendo em vista que indivíduos com alta extroversão tendem a ser comunicativos, assertivos e propensos a buscar interações sociais e novas experiências (McCrae & Costa, 1987).

2) Dimensão Amabilidade:

Observou-se que os *Soft Skills* percebidos como mais importantes pelos gestores comerciais pesquisados, nessa dimensão foram: a cortesia e boa educação, a empatia e compreensão genuína e a adaptabilidade a diferentes personalidades. Essas três variáveis obtiveram uma média ponderada igual a 4,75.

A amabilidade aborda traços como empatia, altruísmo e cordialidade (Costa & McCrae, 1992). Nesse contexto, constata-se a total aderência desses resultados com a literatura pesquisada.

3) Dimensão da Conscienciosidade

Dentre as sete *Soft Skills* avaliadas nessa dimensão, destacou-se a “Confiança e a Integridade” com a média ponderada de 4,75 representando 16,81% dos escores obtidos para referida dimensão, “Autodisciplina e autogerenciamento” com uma média ponderada de 4,5 e a *Soft Skill* “foco da qualidade do Trabalho” Essa dimensão alcançou uma média ponderado total de 4,03.

Saliente-se que os profissionais de vendas que demonstram alta conscienciosidade são reconhecidos por sua capacidade de cumprir prazos, assumir compromissos e oferecer serviços confiáveis e consistentes. Essas características contribuem significativamente para alcance das metas individuais e organizacionais, além de valorizar o profissional de vendas nesse ambiente extremamente competitivo. Os resultados obtidos estão totalmente alinhados com a literatura especializada da área

(Goldberg, 1990).

4) Dimensão do Neuroticismo

Enquanto a estabilidade emocional reflete a capacidade de se manter a calma, o Neuroticismo está associado a preocupações constantes e reações emocionais intensas diante do estresse. São duas faces da mesma moeda, uma representando o equilíbrio emocional e a outra a resiliência diante do estresse (Costa & McCrae, 1992).

Nessa dimensão destaca-se a *Soft Skill* a “Adaptação rápida a mudança” com uma média ponderada de 4,75, seguida da habilidade referente ao “Controle emocional sob Pressão” com uma média ponderada de 4,5 tendo em vista da característica do próprio segmento comercial, o atingimento de metas, cobranças em função do

desempenho, colocando o equilíbrio emocional, num plano mais baixo. Nessa dimensão o neuroticismo, nos parece mais desejado que o equilíbrio emocional. Nos leva a conclusão que os indivíduos que trabalham nesse segmento, precisam aprender a trabalhar sob pressão.

5) Dimensão da Abertura a Novas Experiências

A Abertura para novas experiências, vai além da simples disposição para novas experiências; trata-se de uma característica que permeia a personalidade e influencia a forma como os indivíduos abordam desafios, oportunidades, desempenho superior e ao sucesso nos negócios.

Dessa maneira, os resultados obtidos nessa dimensão corroboram com essas afirmativas, tendo em vista a importância máxima dada a *Soft Skill* “disposição para aprender constantemente” na percepção dos gestores comerciais das cinco empresas estudadas, com uma média ponderada 5,0, alcançando o limite superior da escala de *likert* 1-5.

Essa dimensão chegou a uma média ponderada geral de 4,21 valor que a coloca em 2º. Lugar no grau de importância na percepção dos gestores pesquisados.

Levando em consideração a média ponderada de cada *soft skill* obteve-se a seguinte classificação por dimensão do modelo *Big Five*: 1º. Lugar- Amabilidade (4,42); 2º. Lugar-Abertura de novas experiências (4,21); 3º. Lugar foi igualmente para duas dimensões – Neuroticismo e Conscienciosidade (4,03); e no 4º. Lugar - Extroversão (3,91). No total o modelo *Big Five*, como instrumento de avaliação das *Soft Skills* obteve uma aceitação significativa, para uma escala de *likert* de 1-5 obteve 4,12.

Individualmente a *Soft Skill* percebida como extremamente importante, obtendo a nota máxima foi “disposição para aprender constantemente”, pertencente a dimensão de “abertura a novas experiências”.

REFERÊNCIAS

- BAILEY, Janet L; STEFANIAK, Greg. Industry Perceptions of the Knowledge, Skills, and Abilities Needed by Computer Programmers. In: SIGCPR01: SIG Computer Personnel Research Conference. 2001.
- BARELI, P.; DE SOUSA LIMA, A. J. F. A importância social no desenvolvimento do trabalho voluntário. *Revista de Ciências Gerenciais*, v. 14, n. 20, 2010.
- BRADBERRY, Travis; GREAVES, Jean. *Inteligência Emocional 2.0*. Editora Conexão, 2009.
- CACCIOLATTI, Luca; LEE, Soo Hee; MOLINERO, Cecilio Mar. Clashing institutional interests in skills between government and industry: An analysis of demand for technical and Soft Skills of graduates in the UK. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 119, p. 139-153, 2017.
- CHENG, E. W.; HAMPSON, I. Transfer of training: A review and new insights. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 327–41.,2008.
- COTET, Gabriela Beatrice; BALGIU, Beatrice Adriana; ZALESCHI, Violeta – Carmen. Assessment procedure for the soft skills requested by Industry 4.0. *MATEC Web of Conferences* 121, 07005, 2017
- COVEY, Stephen R. *Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes*. Editora Produtividade, 1989.
- CRISPINO, Lígia. *Habilidades Interpessoais no Ambiente de Negócios: Uma Abordagem Prática*. Editora Empresarial, 2017.
- DEMO, Pedro. *Introdução à Metodologia Científica em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1985.
- DUTRA, J. S. (2010) “Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna”, Atlas.

FREITAS, Wesley R S; JABBOUR, Charbel J. C. Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: Boas Práticas e Sugestões. Revista Estudo & Debate. V. 18. n°2. UNIVATES, 2011.

GARCIA, L. F. Teorias psicométricas da personalidade. Em C. E. Flores-Mendoza & R. Colom (Orgs.), *Introdução à psicologia das diferenças individuais* (pp. 219-242). Porto Alegre: Artmed. 2006.

GIL, A. C. Como elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002

GOLBERG, L. R. An alternative “ Description of Personallity” The Big Five Factor Struncture Journalof Personality and SocialPsychology, 59, 1216-1229: 1990

GOLEMAN, Daniel. Inteligência Emocional: Por Que Ela Pode Ser Mais Importante do Que o QI. Editora Sabedoria, 1995.

GRANT, Adam. Dar e Receber: Uma Abordagem Revolucionária Sobre Sucesso, Generosidade e Influência. Editora Colaboração, 2016.

HALL, C. S.; LINDZEY, G. Teoria da personalidade. Vol. 1. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1985

HJYUNUS, N.; HASSAN, C.N, The importance if emotional Intellegent and Soft Skills in the workplace in: Internatinal Conference on Innovtion , Management and Technology Research,. P. 12-16, 2012

JUNIOR, D. DA S. L. ET AL. Liderança Autêntica E Desenvolvimento De Soft Skills. Revista Eletrônica Científica Do CRA-PR-RECC, V. 7, N. 2, P. 120-135, 2021.

KIC-DRGAS, J. et al. Development of soft skills as a part of an LSP course. e-mentor, v. 74, n. 2, p. 27-36, 2018.

LAVRYSH, Y. Peer and self-assessment at ESP classes: case study. Advanced education, n. 6, p. 60-68, 2016.

MANO, Maria Inês Amaral Gomes. Inteligência Emocional e Sucesso em Vendas. Dissertação de Mestrado em Gestão, na especialidade de Marketing, apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra para obtenção do grau de Mestre. Universidade de Coimbra, 2017.

MCCLELLAND, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American Psychologist*, 28(1), 1–14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>

MOTA, Lilian Monteiro. Desenvolvimento de Habilidades Comerciais para Profissionais de Sucesso. Editora de Negócios, 2017.

NONAKA, I., & TOYAMA, R. The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. In: *The essentials of knowledge management*. Palgrave Macmillan, London, 2015.

PENHAKI, J. D. R. Soft skills na indústria 4.0. Dissertação de Mestrado. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2019.

PRADONOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do Trabalho Científico: e Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo- RGS : FEEVALLE, 2013

REBOLLO, I.; HARRIS, J. R. Genes, ambiente e personalidade. In C.E. Flores-Mendoza & R.Colom (Orgs.). *Introdução à Psicologia das diferenças individuais* (pp. 300-322). Porto Alegre: Artmed, 2006.

RICHARDSON, R.J. Pesquisa Social: Métodos e Técnicas São Paulo: Atlas, 1999.

ROTHBERG, H.N. and ERICKSON, G.S. "Big data systems: knowledge transfer or intelligence insights?", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 21 No. 1, pp. 92-112, 2017.

SANDBERG, Sheryl. Faça Acontecer: Mulheres, Trabalho e a Vontade de Liderar. Editora Empoderamento, 2013.

SHAKIR, R. Soft skills at the Malaysian institutes of higher learning. *Asia Pacific Education Review*, v. 10, n. 3, p. 309-315, 2009.

SHAKIR, R. Soft skills at the Malaysian institutes of higher learning. *Asia Pacific Education Review*, v. 10, n. 3, p. 309-315, 2009. KIC-DRGAS, J. et al. Development of soft skills as a part of an LSP course. *e-mentor*, v. 74, n. 2, p. 27-36, 2018.

SILVA, Isabela Brito; NAKANO, Tatiana de Cássia. Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade – *PUC-Campinas; Avaliação Psicológica*, 10(1), pp. 51-62, 2011

SOUZA, W.S.D., 2023. As competências de soft skills na indústria de desenvolvimento remoto de software: um estudo comparativo entre as demandas das maiores e das melhores empresas de tecnologia da UFPE.

STEVENS, Matt; NORMAN, Richard. Industry Expectations of Soft Skills in IT Graduates. In: ACSW '16: Australasian Computer Science Week. 2016.

SWIATKIEWICZ, O. Competências transversais, técnicas ou morais: um estudo exploratório sobre as competências dos trabalhadores que as organizações em Portugal

YIN, R. K. Estudos de caso: Planejamento e Métodos. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005

YIN, R. Estudo de caso: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman; 2015.