



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



GARABED SIRABONIAN

**A importância das soft skills em uma agência de lançamentos  
de infoprodutos.**

Garabed Sirabonian 216735

LIMEIRA/SP

2021



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



GARABED SIRABONIAN

**A importância das soft skills em uma agência de lançamentos  
de infoprodutos.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em  
Administração pela Faculdade de Ciências  
Aplicadas da Universidade Estadual de  
Campinas.

Orientadora: Angela Christina Lucas

LIMEIRA/SP

2021

Ficha catalográfica  
Universidade Estadual de Campinas  
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas  
Renata Eleuterio da Silva - CRB 8/9281

Si76i Sirabonian, Garabed, 2000-  
A importância das *soft skills* em uma agência de lançamentos de infoprodutos /  
Garabed Sirabonian. – Limeira, SP : [s.n.], 2021.

Orientador: Angela Christina Lucas.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de  
Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Habilidades sociais. 2. Ensino a distância. I. Lucas, Angela Christina, 1979-  
II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas. III.  
Título.

Informações adicionais complementares

**Titulação:** Bacharel em Administração

**Data de entrega do trabalho definitivo:** 03-11-2021

## **EPÍGRAFE**

“O segredo do sucesso é fazer algo que  
você não sabe para aprender  
como fazer”

(Alexandre Viveiros)

## **AGRADECIMENTOS**

Em especial, agradeço à minha família, que me deu todo o apoio nos meus estudos e sempre acreditaram em mim e no meu potencial.

Agradeço a todos os amigos que estiveram comigo durante o período universitário e que me proporcionaram experiências de alegria, felicidade e aprendizagem contínua.

Agradeço também a todo o corpo docente e aos colaboradores da Faculdade de Ciências Aplicadas – UNICAMP

Agradeço em especial minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Angela Christina Lucas pela atenção e disposição em me ajudar neste trabalho.

SIRABONIAN, Garabed. A importância das soft skills em uma agência de lançamentos de infoprodutos. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração de Empresas) – Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira. 2021

## RESUMO

9 em cada 10 profissionais são contratados pelo perfil técnico e demitidos pelo comportamento e o mercado digital quase dobrou de tamanho no ano de 2020, com um incremento de 122% em comparação com o ano de 2019. Ao mesmo tempo, a procura por cursos online teve um crescimento de 130% no pico da quarentena. Diante disso, o principal objetivo deste estudo foi entender a importância das soft skills (habilidades comportamentais) em uma agência de lançamentos de infoprodutos (cursos online). Tendo em vista que uma agência de lançamentos é uma assessoria e parceira que vai potencializar a construção da marca, vendas, credibilidade, desenvolvimento do curso online e estratégias de uma pessoa especialista (expert) em algum nicho do mercado. Para tanto, foi enviado um questionário com perguntas abertas e fechadas para profissionais de diversas áreas pertencentes a agências de lançamentos e foram obtidas 14 respostas. Além disso, a pesquisa analisou se os participantes conheciam o tema do presente trabalho, se já tinham participado de treinamentos com foco em soft skills e os resultados disso no dia a dia. A pesquisa também buscou compreender quais soft skills eles já tinham mais desenvolvidas e quais não. Assim, dentre as principais conclusões geradas através da pesquisa e da revisão da literatura, percebe-se que os profissionais que trabalham em agências de lançamentos demonstraram como usam diariamente das soft skills e das habilidades interpessoais para realizarem as demandas da forma mais produtiva possível, se comunicarem com seus colaboradores e clientes de forma assertiva e resolverem os problemas utilizando atitude positiva, empatia, resiliência e flexibilidade. Foi possível concluir que muitas das empresas não investem em treinamentos para desenvolver as soft skills, ainda mais que o mercado digital está em processo de amadurecimento, no entanto, torna-se fundamental já que é um mercado que dobrou de tamanho no ano de 2020. Assim, o desenvolvimento de soft skills impacta diretamente na qualidade do relacionamento individual e interpessoal com clientes, colaboradores, além de influenciar diretamente no clima, na produtividade e no faturamento das organizações.

SIRABONIAN, Garabed. The importance of soft skills in an infoproduct launch agency. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração de Empresas) - Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira. 2021

## **ABSTRACT**

9 out of 10 professionals are hired because of their technical profile and fired because of their behavior and the digital market has almost doubled in size in 2020, with an increase of 122% compared to 2019. At the same time, the demand for courses online grew 130% at peak quarantine. Therefore, the main objective of this study was to prove the importance of soft skills (behavioral skills) in an info product launching agency (online courses). Considering that a launching agency is an advisory and partner that will enhance brand building, sales, credibility, online course development and strategies of an expert person (expert) in some market niche. For this purpose, a questionnaire with open and closed questions was sent to professionals from different areas belonging to launching agencies and 14 responses were obtained. In addition, the survey analyzed whether the participants knew the subject of this work, whether they had already participated in training focused on soft skills and the results of this in their daily lives. The survey also sought to understand which soft skills they already had more developed and which did not. Thus, among the main conclusions generated through the research and literature review, it is clear that professionals working in release agencies have demonstrated how they use soft skills and interpersonal skills on a daily basis to fulfill demands in the most productive way possible, if communicate assertively with their employees and customers and solve problems using a positive attitude, empathy, resilience and flexibility. It was possible to conclude that many of the companies do not invest in training to develop soft skills, especially as the digital market is in the process of maturing, however, it becomes essential since it is a market that doubled in size in 2020. Thus, the development directly impacts the quality of individual and interpersonal relationships with customers, employees, in addition to directly influencing the climate, productivity and revenue of organizations.

## SUMÁRIO

1) INTRODUÇÃO	9
2) OBJETIVO	10
3) BREVE REVISÃO DA LITERATURA: CONCEITOS PERTINENTES	11
4) FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
5) METODOLOGIA	15
6) RESULTADOS ALCANÇADOS E DISCUSSÃO:	17
7) CONCLUSÃO	23
8) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25
9) ANEXOS E APÊNDICES	27

## 1) INTRODUÇÃO

A princípio é necessário introduzir e contextualizar o tema do trabalho, de modo a abordar as motivações para a realização do mesmo. O tema que será trabalhado neste trabalho é: **Habilidades interpessoais (soft skills) no desenvolvimento e atuação de uma agência de lançamentos**. O tema de habilidades interpessoais ou as famosas soft skills estão cada vez mais presentes no dia a dia de empresas, organizações sem fins lucrativos e faculdades. Para contextualizar pode-se citar a relação que a maior parte do desenvolvimento dessas habilidades não faz parte da grade curricular nas escolas ou universidades. Segundo Lynda Gratton (2018), professora na London Business School, as escolas e universidades têm modelos muito similares às fábricas pós-revolução industrial. Esse fenômeno acabou criando um “gap” nas organizações e na dinâmica das relações de trabalho. Em segundo momento é fundamental entender o que é uma agência de lançamentos de infoprodutos. Dentre as inúmeras atividades que podem ser feitas no âmbito digital, uma delas é a venda de cursos online (infoprodutos).

Uma agência de lançamentos é uma assessoria e parceira que vai potencializar a construção da marca, vendas, credibilidade, desenvolvimento do curso online e estratégias de uma pessoa especialista (expert) em algum nicho do mercado. Algumas das áreas são: Definir o público-alvo, desenvolver pesquisas de mercado, relacionamento com especialistas, estabelecer a melhor linguagem de comunicação, desenvolver estratégias para gerar autoridade, desenvolver estratégias para o lançamento do produto digital, gestão de mídias sociais, desenvolvimento de site para divulgação do infoproduto, habilidades de vendas persuasivas. Na grande parte das áreas, as soft skills determinam o sucesso da operação e das estratégias de atração, retenção e conversão das vendas.

No entanto, por muito tempo as empresas avaliaram habilidades técnicas, mais conhecidas como Hard Skills, como a capacidade analítica, saber operar máquinas ou sistemas e falar outros idiomas. Assim, cada vez mais as habilidades técnicas estão sendo automatizadas por sistemas de gestão, de vendas, de controles financeiros e as habilidades necessárias para que as organizações atinjam maior resultado e performance são as habilidades interpessoais como: Inteligência emocional, autoconhecimento, comunicação assertiva, criatividade, gestão do tempo, flexibilidade, adaptabilidade e liderança. Nesse contexto, os profissionais que conseguem desenvolver essas habilidades tendem a ter mais sucesso no futuro das organizações já que segundo o relatório da Page Personnel (2018): 9

em cada 10 profissionais são contratados pelo perfil técnico e demitidos pelo comportamento. (GLOBO, 2018)

## 2) OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é **comprovar e entender através de dados e pesquisas em agências de marketing digital focadas em lançamentos de infoprodutos e na minha própria agência como o desenvolvimento de habilidades interpessoais são determinantes para o sucesso da empresa.**

Em relação a motivação do presente trabalho e sua escolha por esse tema pode-se citar que o sistema educacional nas escolas e nas universidades em sua maioria não reformularam a sua grade curricular com matérias a atividades que desenvolvam as soft skills. A maior parte delas continua com o objetivo de desenvolver hard skills e passar conhecimento técnico. No dia a dia, de uma agência de lançamentos de infoprodutos é fundamental o desenvolvimento de pessoas que tenham habilidades que irão potencializar as atividades internas da empresa e as estratégias de venda dos especialistas através de seus cursos online.

Nesse contexto, muitos profissionais tendem a entrar no mercado de trabalho muito despreparados para lidar com o dinamismo, dificuldades nos trabalhos em equipe em relação a comunicação assertiva e adaptabilidade nas situações de pressão. Todas essas habilidades acabam tendo uma relevância na multidisciplinaridade dos profissionais e estão totalmente relacionadas com resultados que podem ser positivos ou negativos em uma agência de lançamentos.

Além disso, outra motivação para a realização desse projeto é que agora sou CEO e fundador da “TRIPÉ LANÇAMENTOS”, agência de marketing digital focada em lançamentos de treinamentos, cursos e mentorias online. Nessa jornada percebe-se na prática e no dia a dia da agência como as soft skills são usadas permanentemente na parte interna e externa das atividades. Nos projetos que desenvolvi como especialista em comunicação e oratória e nos nichos dos especialistas da minha agência percebe-se a necessidade de ter inteligência emocional em momentos de pressão, como pitch de vendas e também desenvolver uma comunicação assertiva para efetuar os processos internos da empresa com eficiência. Nessa jornada em agência de lançamentos percebe-se como muitas pessoas acabam perdendo oportunidades de se destacar em suas profissões por não terem as soft skills bem desenvolvidas.

### 3) BREVE REVISÃO DA LITERATURA: CONCEITOS PERTINENTES

Quando se fala de soft skills e habilidades comportamentais pode-se trazer vários conceitos pertinentes que podem ser relacionados com o dia a dia das pessoas nas empresas e organizações. Este trabalho traz as definições desses conceitos e a explicação retirada de autores que **estão presentes nas referências bibliográficas**

Alguns conceitos relevantes quando falamos de relacionamentos interpessoais e de desenvolvimento de habilidades são o conjunto de **conhecimento, as habilidades (*Skills*) e as aptidões pessoais**. O conceito de *skills* é um termo da língua inglesa para definir a capacidade de alguém realizar determinada tarefa de forma rápida, eficiente e focada no objetivo proposto. Já as *soft skills* estão totalmente ligadas às capacidades e habilidades comportamentais das pessoas, considerando componentes afetivos e emocionais como a capacidade de comunicação, adaptabilidade, criatividade, iniciativa, hábitos pessoais e de relacionamento interpessoal.

Outro conceito que está totalmente ligado ao assunto das soft skills é o das ***hard skills***: Esse conceito está totalmente ligado às exigências técnicas e teóricas. Alguns exemplos são saber falar outro idioma, operar um sistema, possuir a habilidade de resolver cálculos matemáticos. Uma analogia que pode ser feita entre soft skills e hard skills é entre os conceitos de ***QI* e *QE***:

**QI (Quociente de Inteligência):** O QI é uma medida, um número que expressa a capacidade intelectual de um indivíduo, usando de base critérios de referência e comparações analíticas. Dessa forma, estabelece uma relação entre sua idade mental e cronológica. Raciocínio lógico, habilidades matemáticas e o potencial cognitivo são avaliadas e medidas para gerar o número do QI. Costuma ser muito usada para avaliar capacidades analíticas em processos seletivos de empresas. Uma pessoa que tende a ter um QI elevado pode ter mais facilidade em desenvolver hard skills.

**QE (Quociente Emocional):** O quociente emocional se refere à capacidade que as pessoas têm para perceber, controlar, avaliar e expressar emoções. Assim, os relacionamentos interpessoais e a forma que se lida com outros seres humanos está totalmente relacionado a perceber emoções e sentimentos e a partir disso tomar decisões que podem ser positivas e negativas. O presente trabalho aborda a importância das soft skills para o sucesso profissional e para desenvolver as soft skills e as habilidades comportamentais é muito relevante entender o Quociente emocional, pois, é a partir dele que profissionais podem lidar melhor em situações de pressão, trabalhar em equipe e se comunicar de forma assertiva.

#### 4) FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O objetivo desta etapa é fundamentar através de alguns artigos e pesquisadores o tema presente do trabalho e fazer as considerações. A princípio é necessário fazer uma breve descrição da diferença entre Soft skills e Hard Skills fundamentado a partir de uma grande pesquisadora no assunto. Segundo Marcel M. Robles, em seu artigo “Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today 's Workplace” : Hard Skill é a experiência técnica e o conhecimento necessário para um trabalho. Soft skills são qualidades interpessoais, também conhecidas como habilidades pessoais, e atributos que possui. Em seu estudo, ela identificou 10 soft skills mais importantes e que serão relacionadas e usadas como base para comprovar sua relação com o tema central. (ROBLES, 2012)

Entre as soft skills identificadas estão: integridade, comunicação, cortesia, responsabilidade, habilidades sociais, atitude positiva, profissionalismo, flexibilidade, trabalho em equipe e ética de trabalho. Uma consideração importante é em relação a como as soft skills são fundamentais e não apenas um acréscimo a mais no currículo, isso pode ser comprovado pelas falas e pesquisas como a seguinte:

“Mas o local de trabalho de hoje está mostrando que as habilidades técnicas não são suficientes para manter os indivíduos empregados quando as organizações têm o tamanho certo e posições de corte” (JAMES & JAMES, 2004, tradução nossa).

“Porque soft skills são essenciais para o desempenho produtivo no local de trabalho de hoje, os líderes empresariais atuais e futuros estão enfatizando o desenvolvimento de soft skills “(NEALY, 2005, tradução nossa).

James e James e Nealy abordam sobre como o desempenho da organização está ligado ao papel do líder e o desenvolvimento das soft skills. O trabalho presente tem como objetivo entender como as soft skills são fundamentais em uma agência de marketing digital para desempenhar suas atividades com eficiência. Para fundamentar isso foi extraído algumas informações de pesquisas relacionadas a soft skills no ambiente de trabalho (KLAUS, 2010; MAES, WELDY, & ICENOGEL, 1997; MITCHELL ET AL., 2010; NEALY, 2005; SMITH, 2007).

Um estudo descobriu que 75% do sucesso no trabalho a longo prazo depende das habilidades pessoais, enquanto apenas 25% dependem de conhecimentos técnicos (KLAUS, 2010). Outro estudo indicou que hard skills contribuem com apenas 15% para o sucesso, enquanto 85% do sucesso é devido às soft skills (WATTS & WATTS, 2008, conforme citado

em John, 2009).

Os dados citados acima fundamentam um dos pensamentos que quero comprovar em relação ao sucesso organizacional. Com os sistemas, processos e tecnologia em constante aceleração e automatização, o que realmente é diferencial para ter uma performance alta são as habilidades interpessoais nos momentos de tomada de decisão, trabalho em equipe, controle das emoções em momentos de pressão e adaptabilidade. Uma pessoa com apenas hard skills bem desenvolvidas não alcança uma performance e resultados que vão levar uma agência de lançamentos e de marketing digital para o próximo nível.

A pesquisa feita por Marcel M. Robles identificou as seguintes soft skills mais importantes suas respectivas descrições: (ROBLES, 2012)

1. Comunicação - oral, fala, escrita, apresentação, escuta
2. Cortesia - boas maneiras, respeitoso
3. Flexibilidade - adaptabilidade, vontade de mudar, aprendiz ao longo da vida, aceitar coisas novas, ajusta-se, ensinável
4. Integridade - honesto, ético, tem valores pessoais, faz o que é certo
5. Habilidades interpessoais - agradável, pessoal, senso de humor, amigável, carinhoso, empático,

tem autocontrole, paciente, sociabilidade, cordialidade, habilidades sociais

6. Atitude Positiva - otimista, entusiasmado, encorajador, feliz, confiante
7. Profissionalismo - profissional, bem-vestido, aparência, equilibrado
8. Responsabilidade - responsável, confiável, faz o trabalho, engenhoso, autodisciplinado, quer fazer bem, consciencioso, bom senso
9. Trabalho em equipe - cooperativo, se dá bem com os outros, agradável, apoiador, prestativo, colaborativo
10. Ética no Trabalho - trabalhador, disposto a trabalhar, leal, automotivado, pontual, bom comparecimento.

O questionário pedia ao executivo que avaliasse o nível de importância de cada um dos 10 atributos de soft skills. A faixa é extremamente importante (5), muito importante (4), algo importante (3), pouco importante (2) e nada importante (1). O resultado do estudo foi que todos os 57 (100%) dos executivos indicaram que integridade e comunicação eram muito importantes ou extremamente importantes. (ROBLES, 2012)

É muito relevante o resultado porque na minha opinião é muito difícil desenvolver todas as outras soft skills quando você não tem uma comunicação bem trabalhada com si mesmo, com os outros ou quando seus princípios e valores não convergem para a integridade.

No caso da Agência de marketing digital, se um colaborador/a não é íntegro e não se comunica bem com a equipe, parceiros ou clientes, as chances de lidar bem com as situações de pressão como demandas apertadas, se adaptar frente aos problemas com clientes, manter o profissionalismo em uma discussão ou manter uma atitude positiva é muito difícil.

Por exemplo, uma das principais atitudes dentro da minha agência de marketing digital é comunicar-se com energia positiva e tomar frente aos problemas e adversidades. Se um colaborador não tem integridade, ele vai se comunicar com insegurança, não vai acreditar no que fala e tudo isso gera discórdia, mentiras e falta de produtividade em suas atividades, prejudicando assim o ambiente interno e externo da agência de lançamentos.

Contratar candidatos que tenham habilidades interpessoais é fundamental para organizações de sucesso para manter uma vantagem competitiva (GLENN, 2008). Habilidades pessoais são críticas no local de trabalho técnico (JAMES & JAMES, 2004), e os profissionais de negócios precisam dessas habilidades porque os empregadores as valorizam (JOHN, 2009).

As passagens citadas corroboram mostrando a relevância das soft skills. Por exemplo, se uma agência de marketing digital está buscando um colaborador para a área de suporte ao cliente e aos parceiros. Se essa pessoa não tem e não demonstra no processo seletiva sua habilidade de escutar, apresentar soluções e resolver problemas de forma assertiva frente às adversidades do dia a dia, ela vai estar muito despreparada para a função. É até possível instalar sistemas de automação de suporte, no entanto, em muitos casos uma pessoa vai ter que tomar uma decisão final e que pode ter grandes consequências positivas ou negativas para a agência de marketing digital e também os clientes.

No estudo “Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace” de Marcel M. Robles, a autora cita uma passagem que gostaria de ressaltar a minha opinião contrária em relação a esse presente trabalho. Ela traz a seguinte passagem: Muitos executivos seniores veem o conceito de treinamento de soft skills simplesmente como um seminário motivacional que inspira os funcionários, mas oferece pouco uso para candidatura a emprego ou valor para a empresa que paga a formação (ONISK, 2011);

É importante ressaltar que se existe essa concepção de soft skills ser algo motivacional. No entanto, eu acredito que depender da motivação para trabalhar ou desenvolver alguma habilidade é sim algo negativo. Não se pode esperar a motivação o tempo inteiro para realizar o que precisa ser feito em uma empresa. No entanto, muitos treinamentos de soft skills tem a parte de inspiração ou de motivação que mostra como pessoas comuns lidam com os problemas e adversidades da vida e conseguiram alcançar um certo nível de sucesso em suas áreas de atuação. Olhar para essas histórias apenas como algo motivacional é um desperdício

de energia. É necessário observar como foram as tomadas de decisões, os conflitos, as adversidades, o poder do ambiente em cada situação e história motivacional. Se você olhar por esse ponto de vista, vai perceber como as soft skills são relevantes nesses momentos de pressão e tomada de decisões dessas histórias motivacionais. Outro ponto de vista que é necessário levar-se em consideração e que tem relevância com o sucesso das empresas e também da tese do trabalho presente é em relação ao desenvolvimento dessas habilidades.

Na maior parte das escolas ou das universidades não existem matérias ou abordagens para tratar a importância e o desenvolvimento das soft skills, isso pode ser fundamentado através da seguinte passagem: Muitas vezes, os educadores já estão tentando cobrir mais conteúdo do que o razoavelmente possível na sala de aula, pedindo para uma matéria de soft skills pode ser oneroso para os professores que já estão lidando com um cronograma curricular apertado (EVENSON, 1999).

No entanto, na minha opinião, o desenvolvimento de soft skills não precisa ser feito unicamente através de uma matéria específica e sim através das próprias matérias. Muitas atividades podem ser adaptadas para o desenvolvimento de atividades que envolvam trabalhos em grupo em situações de pressão, apresentações e pitch de ideias, adaptabilidade frente a um problema inesperado sugerido propositalmente pelo próprio professor da matéria. Essas são apenas algumas sugestões que contribuíram de forma natural aos alunos da escola e da universidade para que cheguem mais preparados para o mercado de trabalho.

Outra abordagem interessante para o desenvolvimento de soft skills e que pode vir a propiciar o maior desenvolvimento profissional é a fundamentada a seguir: Soft skills podem ser incluídas no currículo facilmente, espalhando o conteúdo ao longo do semestre (EVENSON, 1999):

1. Apresente aos alunos as habilidades sociais básicas das pessoas para que eles entendam como se dar bem com os outros.
2. Prossiga para o ensino de habilidades essenciais de atendimento ao cliente.
3. Promova a compreensão do aluno, facilitando uma discussão de resolução de problemas com base em situações da vida real.
4. Faça com que os alunos demonstrem as habilidades pessoais que aprenderam usando a interpretação de exercícios em um ambiente de simulação de negócios. (EVENSON, 1999):

## **5) METODOLOGIA**

A princípio, os procedimentos de coleta e análise de dados serão feitos de forma quantitativa e qualitativa a partir de um questionário online. Como o tema envolve diferentes habilidades interpessoais e sua importância no mercado de trabalho, uma das formas seria através da aplicação de um questionário com profissionais que estão inseridos no mercado de lançamentos de infoprodutos. Sejam eles estrategistas, copywriters, especialistas, gestores de anúncios online ou donos/as de agências.

A coleta de dados com os profissionais que estão no mercado de trabalho no presente momento terá como objetivo trazer uma amostra em relação a como essas habilidades são importantes, se existem programas de desenvolvimento nessas empresas, se esses programas afetam positivamente o clima organizacional e os resultados da empresa. A construção do questionário será fundamentada através das 10 soft skills mais necessárias no mercado de trabalho, segundo Robles (2012) em seu artigo “*Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today 's Workplace*”. Em relação ao número das amostras acredita-se que a coleta de dados será realizada com aproximadamente 10 profissionais da área de lançamentos de infoprodutos com objetivo de identificar a relação do desenvolvimento de soft skills com seus resultados no dia a dia de trabalho.

Os dados provenientes dessa pesquisa serão analisados a partir das seguintes categorias:

1. Quais soft skills são mais citadas como relevantes segundo questionário e a partir das questões abertas buscar entender o que as torna fundamentais, a partir da função da pessoa dentro da empresa.
2. Se as empresas investem ou não em treinamentos com foco em desenvolver soft skills e quais são os resultados positivos ou negativos.
3. Quais soft skills são mais citadas que as pessoas já têm mais desenvolvidas.
4. Quais soft skills são mais citadas que as pessoas sentem que precisam melhorar
5. Se as soft skills são fatores fundamentais para alavancar e melhorar os resultados da empresa e dos colaboradores.
6. Se as soft skills são usadas para resolver problemas, dificuldades e lidar com situações de pressão.

A coleta e geração de dados será realizada da seguinte forma: Os profissionais interessados em participar iriam responder um formulário online com perguntas fechadas de alternativas e perguntas mais qualitativas e abertas em relação à experiência deles e como as soft skills foram importantes em momentos decisivos nas agências de lançamentos.

Para encontrar esses profissionais foram usados 2 grupos/comunidades online de networking na área de marketing digital e lançamentos de infoprodutos que juntos totalizam mais de 140 membros. Assim, torna-se mais viável abordar e enviar o formulário online para pessoas que já fazem parte desse meio.

## 6) RESULTADOS ALCANÇADOS E DISCUSSÃO:

Os resultados alcançados após as respostas do questionário foram fundamentais para a validação do objetivo principal deste trabalho: Entender como as soft skills são percebidas para o sucesso de uma agência de lançamentos. Os resultados abrangem dados do mercado de infoprodutos e suas dificuldades envolvidas no cotidiano das empresas. Ao total foram obtidas 14 respostas no formulário, conforme a tabela abaixo. Na tabela é possível perceber que cada participante recebeu um código de identificação (R1, R2, R3) para ser utilizado como identificação nas citações ao longo deste trabalho. Nesta tabela, também foi apresentado o gênero, a idade, o tamanho da empresa que trabalha, o tempo e a área de atuação no mercado digital.

**Quadro 1:** Características e classificações dos entrevistados na pesquisa.

Código do participante	Gênero	Idade	Tamanho da empresa	Tempo de atuação em anos no marketing digital.	Área de atuação no mercado digital e de infoprodutos
R1	Masculino	35	Micro (até 9 empregados)	1	Tudo menos tráfego.
R2	Masculino	36	Micro (até 9 empregados)	1	Gestão de lançamentos/estratégia digital
R3	Masculino	34	Micro (até 9 empregados)	1	Gestão de lançamentos/estratégia digital
R4	Masculino	51	Micro (até 9 empregados)	4	Especialista do produto (Expert)
R5	Masculino	21	Micro (até 9 empregados)	3	Copywriting
R6	Masculino	50	Grande (mais de 99 empregados)	2	Especialista do produto (Expert)
R7	Feminino	47	Pequeno porte (de 10 a 49 empregados)	2	Gestão de lançamentos/estratégia digital
R8	Feminino	52	Micro (até 9 empregados)	1	Especialista do produto (Expert)
R9	Feminino	47	Micro (até 9 empregados)	1	Especialista do produto (Expert)
R10	Masculino	43	Micro (até 9 empregados)	2	Copywriting
R11	Feminino	35	Micro (até 9 empregados)	2	Especialista do produto (Expert)
R12	Feminino	36	Micro (até 9 empregados)	1	Especialista do produto (Expert)
R13	Feminino	47	Micro (até 9 empregados)	2	Especialista do produto (Expert)
R14	Feminino	41	Micro (até 9 empregados)	1	Especialista do produto (Expert)

**Fonte:** Dados da pesquisa

A princípio, é importante discutir um dos primeiros resultados sobre a faixa etária dos

entrevistados: Dentre os 14 participantes, 1 está na faixa dos 20-30 anos, 5 estão na faixa dos 31-40 anos, 6 estão na faixa dos 41-50 anos e 2 estão na faixa dos 51-60 anos. Ou seja, a maior parte do público-alvo está na faixa dos 30 aos 50 anos de idade. Isso ocorre porque o mercado digital de infoprodutos se popularizou recentemente no Brasil, o primeiro curso ensinando a vender infoprodutos foi o do Erico Rocha, chamado de fórmula de lançamento em 2012. Além disso, vale ressaltar que um infoproduto é um produto de conhecimento, ou seja, muitas vezes pessoas que estão iniciando sua carreira profissional ainda não desenvolverem as competências e autoridade necessária para lançar um produto vendendo seu próprio conhecimento, isso pode ser relacionado com o resultado da pesquisa do formulário, em que apenas 1 pessoa está na faixa dos 20 aos 30 anos.

Dentre as áreas que trabalham em agências de lançamentos foram encontrados os seguintes resultados:

9 Participantes são especialistas do produto (Professor/a do curso online)

3 Participantes são gestores de lançamentos e estrategistas digitais.

2 Participantes são Copywriters (Escritor/a de textos persuasivos)

A pesquisa obteve resultados em relação há quanto tempo os entrevistados trabalham no mercado digital de infoprodutos, sendo que 7 dos participantes trabalham há apenas 1 ano, 5 participantes há 2 anos e apenas 2 participantes trabalham há mais de 2 anos. Esse dado pode ser analisado a partir da explosão do mercado digital de infoprodutos no período de pandemia a partir de março de 2020. Segundo a consultoria Ebit/Nielsen, no primeiro semestre de 2020, mais de 7 milhões de pessoas passaram a utilizar a internet para compras online e isso acabou gerando um aumento de 47% a mais do que nos 12 meses anteriores. (G1, 2020)

Além disso, a Câmara Brasileira de economia digital levantou dados que mostram que o mercado digital dobrou de tamanho no ano de 2020, teve um aumento de 122% em comparação com o ano de 2019 (GERANDO EMPREENDEDORES, 2020). Esse crescimento e a entrada de novos profissionais no mercado pode ser relacionada com o porte das agências de lançamentos de infoprodutos que os participantes da pesquisa trabalham: 12 trabalham em microempresas (até 9 empregados), 1 trabalha em empresa de pequeno porte (de 10 a 49 empregados) e 1 trabalha em uma grande empresa (mais de 99 empregados). Assim, percebe-se que a maior parte dos entrevistados estão trabalhando em agências de lançamentos pequenas e em crescimento.

Em uma entrevista para a Revista Tecnologia, Edson Moreira, que é CEO e Founder

da Turbo MKT, plataforma de pagamento para produtores e afiliados ligados aos infoprodutos, percorreu um pouco sobre o crescimento do mercado no período de pandemia. Segundo ele:

“Apenas quem não conhece o mercado de infoprodutos arrisca fazer previsões sobre as tendências da economia. A nossa experiência mostra que o mercado de infoprodutos é o mais lucrativo do mundo. O custo de produção é FIXO e ÚNICO, enquanto você consegue vender os acessos infinitas vezes! Durante a pandemia, infoprodutores criaram negócios milionários, nenhuma crise é capaz de abalar esse mercado, o qual permanece em crescimento acelerado, entretanto ainda existem pessoas bem-informadas que sequer sabem da existência desse mercado, parece um mundo paralelo e invisível aos olhos de algumas pessoas. Vejo o futuro com uma grande oportunidade para que pessoas comuns possam viver daquilo que mais gostam de fazer e a melhor maneira para isso é transformar o seu conhecimento em um negócio online, algo escalável e lucrativo.” (REVISTA TECNOLOGIA 360, 2020).

Ou seja, as respostas dos entrevistados em relação a estarem pouco tempo atuando nesse mercado e as agências de lançamentos que trabalham serem pequenas podem ser validadas também pelo fato do mercado de infoprodutos ter se tornado uma tendência no período de pandemia que as pessoas estavam trabalhando em casa. Uma pesquisa feita pelo Google mostrou que a procura por cursos online teve um crescimento de 130% no pico da quarentena. (TECH TUDO, 2021).

**Figura 1:** Comparação entre o crescimento das buscas sobre marketing digital e cursos online no Brasil



Fonte: (TECH TUDO, 2021).

Assim, a oferta de especialistas em alguma área vendendo seu conhecimento online e a demanda por profissionais de marketing digital aumentou consideravelmente. Nesse contexto, para validar o objetivo desse trabalho da relação das soft skills com o sucesso de uma agência de lançamentos, foram feitas algumas perguntas para o público sobre esse assunto.

9 dos 14 entrevistados sabiam o que eram soft skills e dentre esses as principais que eles conheciam eram: Comunicação empática e assertiva, liderança, controle emocional, resiliência, empatia, criatividade, comprometimento, flexibilidade, e cooperação, adaptabilidade, pró atividade, ética, lealdade, confiança, positividade, motivação, inovação, responsabilidade.

Após essa pergunta foi explicado na pesquisa a definição de soft skills e perguntado de forma aberta em relação às suas dificuldades no dia a dia de trabalho e o resultado mostrou que a maior parte dos problemas está relacionado com a falta de desenvolvimento de soft skills sejam em si mesmos, com clientes ou colaboradores. Isso pode ser comprovado através das respostas a seguir retiradas do próprio formulário da pesquisa e indicadas através do código do participante ao final:

“Encontrar parceiros que entregam exatamente o que você precisa.” (R1)

“Acredito que apesar de ser muito resiliente, no mundo digital isso pega muito.” (R4)

“Eu me irrita com pessoas que não pensam no lugar do outro” (R7)

“A ansiedade que eu sinto até alcançar o resultado que desejo.” (R9)

“Organização do tempo pessoal, autoconfiança” (R14)

“Hoje eu quero desenvolver melhor a flexibilidade com outros perfis opostos ao meu” (R11)

Assim, percebe-se que a comunicação interpessoal e a resiliência estão totalmente ligadas às suas dificuldades para terem sucesso no mercado de infoprodutos. Isso pode ser relacionado quando perguntado aos participantes quais soft skills eles consideram fundamentais, sendo que poderiam falar mais de uma. 12 dos entrevistados responderam que a comunicação e a integridades são as soft skills fundamentais em seu dia a dia. 11 responderam flexibilidade, 10 responderam habilidades interpessoais e atitude positiva, 9 responderam trabalho em equipe e ética no trabalho. Um dos objetivos desse trabalho é entender o porquê eles consideram essas soft skills fundamentais para assim relacionar com os resultados positivos em seu dia a dia no mercado digital de infoprodutos. As respostas coletadas para fazer essa relação foram as seguintes:

“Coerência, ética e agir conforme seus valores! Acredito que sem uma ética do caráter muito claro tudo fica vazio, fútil e falso. Fundamental então viver de acordo com o que se propõe a vender, orientar ou ensinar aos nossos clientes.” (R4)

“São todas envolvidas no sucesso dos lançamentos e campanhas dos clientes.” (R5)

“No mundo em que vivemos de constantes mudanças, acredito que a flexibilidade e adaptabilidade são fundamentais para estarmos sempre dispostos a aprender coisas novas e encarar as mudanças como oportunidades de aprendizado.” (R12)

“Muito difícil escolher, porque uma vez que você se propõe e se compromete com os desenvolvimentos das soft skills, uma via ligando a outra e mesmo que não estejam na mesma pessoa, são fundamentais para o bom funcionamento do ecossistema.” (R13)

Assim, percebe-se mais uma vez que não adianta apenas ter o conhecimento técnico (hard skills) para ter sucesso em lançamentos de infoprodutos. Segundo Ellen Salomão, especialista em lançamentos de produtos digitais e fundadora da Agência Vê, “O mercado de infoprodutos precisa se profissionalizar. Naturalmente, a transformação digital, acelerada pela pandemia, provocou mudanças a curto, médio e longo prazo”. O relatório “The Future of Jobs 2020”, do Fórum Econômico Mundial, sinaliza que 50% das habilidades profissionais devem mudar nos próximos cinco anos e destaca duas delas: a criatividade e a flexibilidade. As chamadas soft skills ganham cada vez mais importância no mundo” em sua entrevista para o jornal Metrôpoles, ela confirma que: “as agências têm papel fundamental na ampliação desse mercado, pois podem colaborar em etapas mais técnicas, enquanto o especialista, produtor do conteúdo digital, foca no desenvolvimento do conteúdo. Nesses casos, os clientes das agências estão cada dia mais exigentes com relação aos serviços oferecidos. E o nosso papel como agência é solidificar esse aperfeiçoamento da área” (METRÓPOLES, 2021).

Essa profissionalização do mercado de infoprodutos pode ser relacionada com as respostas do formulário da pesquisa do presente trabalho quando foi perguntado quais soft skills eles acreditam que ainda precisam desenvolver: A mais votada foi a comunicação oral e escrita com 6 votos, seguida de habilidades interpessoais e responsabilidade com 5 votos e profissionalismo e trabalho em equipe com 4 votos. Para comprovar o sucesso de uma agência de lançamentos de infoprodutos com as soft skills, também foi perguntado de forma aberta aos entrevistados se já tinham usado as soft skills para a resolução de algum problema ou dificuldade e as respostas a seguir foram surpreendentes:

“Já resolvi muitos problemas de clientes e da equipe utilizando a liderança em seu

sentido amplo: intelectual, emocional, sensorial e intuitivo. Muitas vezes o cliente ou a equipe estão desequilibrados ou até fragmentados! Trazer de volta ao centro, à integridade, resolve problemas complexos com muita facilidade.” (R4)

“Diariamente eu passo. Para notificar as entregas, mapear, conversar com clientes, lidar com as críticas e expectativas dos clientes, etc” (R5)

“Nos desafios com clientes e colaboradores a inteligência emocional é fundamental” (R9)

Nessas respostas é possível perceber como a comunicação eficaz, flexibilidade, positividade e habilidades interpessoais foram de extrema relevância para o sucesso das atividades nas agências de lançamentos. Além disso, é de extrema relevância a busca por desenvolver as soft skills, já que segundo o levantamento da Page Personnel, 90% dos colaboradores são desligados das empresas por conduta inesperada ou inapropriada. (GLOBO, 2018). Levando essa informação em consideração, é de extrema relevância saber se os participantes já tinham participado de algum treinamento com foco em desenvolver soft skills ou habilidades comportamentais pelo fato de serem cada vez mais exigidas no mercado de trabalho e para a solução de problemas. Dentre os 14 participantes, 7 nunca participaram. Já os 7 participantes que fizeram treinamentos para melhorarem as habilidades comportamentais descreveram os seguintes resultados positivos:

“Os resultados estão nos relacionamentos mais saudáveis, inteligência emocional, assertividade, maior flexibilidade, mais organização e planejamento, gerenciamento do stress e tudo isso tem impacto nos resultados como um todo.” (R13)

“Eu busco o autoconhecimento há muito tempo. Trabalho muito como pessoa. Embora não com esse termo de soft skills, mas trabalho muito o meu desenvolvimento pessoal. Hoje em dia me vejo muito mais confiante (embora precise trabalhar ainda mais isso), mais resiliente, mais positiva, sei me comunicar com mais clareza, entender os outros, expressar minhas necessidades. Na verdade, penso esse ser um trabalho que levamos para a vida ... estamos sempre evoluindo e melhorando ... ao mesmo tempo que já melhorei muito as soft skills citados acima, acho que não há limites de como melhorá-los dentro de nós mesmos ... penso que vamos refinando-os ao longo do tempo ...” (R14)

Através dessas respostas abertas foi possível perceber que realizar investimentos em treinamentos de soft skills pode trazer inúmeros benefícios como: aumento de faturamento da empresa, melhoria nas relações de trabalho, aumento da produtividade, autocontrole e inteligência emocional. Percebe-se que ainda não é comum todas as empresas ou pessoas

investirem nesses treinamentos, já que 7 dos entrevistados nunca tinham participado e isso pode ser visto como uma oportunidade para profissionalizar o mercado de infoprodutos. Para trazer ainda mais consciência para a importância e a relação das soft skills nos resultados positivos nos lançamentos de cursos online (infoprodutos) foi analisado situações e acontecimentos que segundo os participantes foram fundamentais para que alcancem mais resultados em suas áreas. As respostas abertas foram as seguintes:

“Força de vontade, aprendizado rápido e ter conhecido as pessoas certas.” (R5)

“Ter comprado um produto de marketing digital que é monitorado semanalmente, me faz produzir e parar de apenas estudar.” (R8)

“Trabalhar minhas emoções para diminuir o medo de falar em público e de me expor nas redes sociais, além da elaboração de um plano de carreira para organizar minha rotina e horário de trabalho.” (R12)

“Uma metodologia que estivesse mais conectada ao meu propósito. Há muita ostentação no meio e isso impõe uma pressão desnecessária a quem está começando. Quando um mentor entrega uma metodologia completa e humanidade no processo, tudo flui de forma mais tranquila.” (R13)

“Resiliência, focar (dizer não para muita coisa), acreditar que poderia dar certo.” (R14)

Analisando as respostas acima, é possível perceber que humanidade nos mentores, resiliência, força de vontade, controle das emoções e melhoria na comunicação foram fatores determinantes para o aumento dos resultados dos participantes e assim o sucesso das agências de lançamentos que trabalham. Percebe-se nas respostas abertas que as soft skills estão diretamente relacionadas com os resultados positivos que tiveram frente às dificuldades.

## **7) CONCLUSÃO**

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como as soft skills são fundamentais em agências de lançamentos de infoprodutos, permitiu uma reflexão sobre como esse tema mesmo sendo de extrema relevância ainda é pouco falado no dia a dia. Além disso, foi possível compreender como os treinamentos com foco em desenvolver soft skills foram fundamentais para a melhoria dos resultados nas empresas de lançamentos de infoprodutos na área do marketing digital.

De um modo geral, percebe-se que muitas das empresas ainda não investem em treinamentos para desenvolver as soft skills, ainda mais que o mercado digital está em processo de amadurecimento e isso acaba gerando profissionais menos preparados para enfrentar os desafios nas agências de lançamentos.

Os profissionais que trabalham em agências de lançamentos e que responderam a pesquisa, demonstraram como usam diariamente das soft skills e das habilidades interpessoais para realizarem as demandas da forma mais produtiva possível, se comunicarem com seus colaboradores e clientes de forma assertiva e resolverem os problemas utilizando atitude positiva, empatia, resiliência e flexibilidade. Diante, das respostas abertas realizadas na metodologia e apresentadas ao longo da discussão desse trabalho ficou evidente que os objetivos foram realmente alcançados.

A metodologia utilizada foi uma pesquisa com questões abertas e fechadas que conteve 14 respostas e conseguiu metrificar a idade, o gênero e a área de atuação nas agências de lançamentos. Além disso, a pesquisa analisou se os participantes conheciam o tema do presente trabalho, se já tinham participado de treinamentos com foco em soft skills e os resultados disso no dia a dia. A pesquisa também buscou compreender quais soft skills eles já tinham mais desenvolvidas e quais não.

Dada a importância do tema, torna-se necessário o desenvolvimento de projetos e treinamento que visem a formação continuada das Soft skills em profissionais de agências de lançamentos de infoprodutos. Em um estudo posterior, um estudante pode buscar pesquisar e metrificar os resultados financeiros de uma agência de lançamentos após 6 meses ou 1 ano da realização de treinamentos que envolvem o desenvolvimento de soft skills.

Por fim, através das pesquisas realizadas nesse trabalho, percebe-se como o desenvolvimento de soft skills é de extrema importância para o sucesso de uma agência de lançamentos de infoprodutos e como isso impacta diretamente na qualidade do relacionamento individual e interpessoal com clientes, colaboradores além de influenciar diretamente no clima, na produtividade e no faturamento das organizações.

## 8) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EVENSON, Renee. Soft skills, hard sell. **Techniques: Making Education & Career Connections**, v. 74, n. 3, p. 29-31, 1999..

GLENN, J. M. L. The "New" customer service model: Customer advocate, company ambassador. In: Business Education Forum. NATIONAL BUSINESS EDUCATION ASSOCIATION, 2008. p. 6.

GRATTON, L. The challenge of scaling soft skills. MIT Sloan Management Review, v. 6, 2018.

Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/the-challenge-of-scaling-soft-skills/>

GLOBO. 9 em cada 10 profissionais são contratados pelo perfil técnico e demitidos pelo comportamental. G1.COM, 18, set de 2018.

Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2018/09/18/9-em-cada-10-profissionais-sao-contratados-pelo-perfil-tecnico-e-demitidos-pelo-comportamental.ghtml>

REVISTA TECNOLOGIA 360. Economia e pandemia impulsionam o crescimento do mercado de infoprodutos. REVISTATECNOLOGIA360.COM.BR, 01, out de 2020.

Disponível em: <https://revistatecnologia360.com.br/economia-e-pandemia-impulsionam-o-crescimento-do-mercado-de-infoprodutos/>

GLOBO. Faturamento de lojas online no Brasil cresce 47% no 1º semestre de 2020, maior alta em 20 anos. G1.GLOBO.COM, 28, out de 2020. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/08/28/faturamento-de-lojas-online-no-brasil-cresce-47-por-cento-no-1o-semester-de-2020-maior-alta-em-20-anos.ghtml>

TECH TUDO. Tendência: Conheça o mundo dos infoprodutos, que têm conquistado todas as gerações. TECHTUDO.COM.BR, 14, abr de 2021. Disponível em:

<https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/04/tendencia-conheca-o-mundo-dos-infoprodutos-que-tem-conquistado-todas-as-geracoes.ghtml>

METRÓPOLES. Mercado de infoprodutos precisa se profissionalizar, diz especialista. METROPOLES.COM.BR, 29, jun de 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/mercado-de-infoprodutos-precisa-se-profissionalizar-diz-especialista>

GERANDO EMPREENDEDORES. Infoprodutos: Entenda tudo sobre venda de produtos digitais. GERANDOEMPREENDEDORES.COM.BR, 13, mai de 2021. Disponível em: <https://gerandoempreendedores.com.br/infoprodutos-entenda-tudo-sobre-vendas-de-produtos-digitais/>

JAMES, R. F.; JAMES, M. L. Teaching career and technical skills in a "mini" business world. In: Business Education Forum. NATIONAL BUSINESS EDUCATION ASSOCIATION, 2004. p. 39-41.

JOHN, Jessy. Study on the nature of impact of soft skills training programme on the soft skills development of management students. Pacific Business Review, p. 19-27, 2009.

KLAUS, P. Communication breakdown. California Job Journal, v. 28, n. 1248, p. 1-9, 2010.

MAES, Jeanne D.; WELDY, Teresa G.; ICENOGLE, Marjorie L. A managerial perspective: Oral communication competency is most important for business students in the workplace. Journal of Business Communication, v. 34, p. 67-80, 1997.

ONISK, Mark. Is measuring soft-skills training really possible. Appcon: Sidney, Australia, 2011. Disponível em: [http://www.appcon.com.au/Portals/0/Research\\_Case\\_Studies/Is\\_Measuring\\_Soft\\_Skills\\_Training\\_Really\\_Possible.pdf](http://www.appcon.com.au/Portals/0/Research_Case_Studies/Is_Measuring_Soft_Skills_Training_Really_Possible.pdf)

ROBLES, Marcel M. Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. Business communication quarterly, v. 75, n. 4, p. 453-465, 2012.

NEALY, Chynette et al. Integrating soft skills through active learning in the management classroom. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, v. 2, n. 4, 2005..

Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional. O que significa QE e porque ele pode ajudá-lo a ter sucesso. 21 de maio, 2015. Disponível em: <https://www.sbie.com.br/blog/o-que-significa-qe-e-por-que-ele-pode-ajuda-lo-a-ter-sucesso/#:~>

## 9) ANEXOS E APÊNDICES

### PROPOSTA DE QUESTIONÁRIO/ROTEIRO

1. Qual seu gênero?
2. Qual sua idade?
3. Qual o tamanho da empresa que você trabalha? [Micro (até 9 empregados), pequeno porte (de 10 a 49 empregados), média (de 50 a 99 empregados) ou grande (mais de 99 empregados)]
4. Quantos anos você atua na área de marketing digital voltada para infoprodutos?
5. Qual área específica você atua no mercado de infoprodutos? (Copywriting, especialista do produto, gestão de lançamentos/estratégia digital, gestão de tráfego/anúncios online, edição de vídeos, gestão de redes sociais, CEO da agência de marketing, suporte, designer)
6. Você sabe o que são soft skills? Como você poderia definir soft skills? Quais são as soft skills que você conhece?
7. Quais são suas maiores dificuldades em relação às soft skills? Seja trabalhando com a própria equipe, seja com suas demandas individuais ou com clientes/parceiros
8. No seu dia a dia, quais dessas soft skills você percebe que são fundamentais? (Pode marcar mais de uma)
  - Comunicação - oral, fala, escrita, apresentação, escuta
  - Cortesia - boas maneiras, respeitoso
  - Flexibilidade - adaptabilidade, vontade de mudar, aprendiz, aceita coisas novas, ajusta-se, ensinável

- Integridade - honesto, ético, tem valores pessoais, faz o que é certo
  - Habilidades interpessoais - agradável, senso de humor, amigável, carinhoso, empático,
  - tem autocontrole, paciente, sociabilidade, cordialidade
  - Atitude Positiva - otimista, entusiasta, encorajador, feliz, confiante
  - Profissionalismo - profissional, bem-vestido, equilibrado
  - Responsabilidade - responsável, confiável, faz o trabalho, autodisciplinado, quer fazer bem-feito
  - Trabalho em equipe - cooperativo, se dá bem com os outros, apoiador, prestativo, colaborativo
  - Ética no Trabalho - trabalhador, disposto a trabalhar, leal, iniciativa, automotivado, pontual, bom comparecimento
9. A respeito da resposta anterior, por que você considera essas fundamentais?
10. Como você costuma lidar com a pressão no dia a dia trabalhando com marketing digital e lançamentos de infoprodutos?
11. O que você acredita que foi diferencial para alavancar seu trabalho na área de lançamento de infoprodutos e marketing digital?
12. Quais soft skills você acredita que já tem mais desenvolvida? (Listar todas)
- Comunicação
  - Cortesia
  - Flexibilidade
  - Integridade
  - Habilidades interpessoais
  - Atitude Positiva
  - Profissionalismo
  - Responsabilidade
  - Trabalho em equipe
  - Ética no Trabalho
13. Quais soft skills você sente que ainda precisa desenvolver? (Listar todas)
- Comunicação
  - Cortesia
  - Flexibilidade
  - Integridade

- Habilidades interpessoais
- Atitude Positiva
- Profissionalismo
- Responsabilidade
- Trabalho em equipe
- Ética no Trabalho

14. Você já passou por algum problema/dificuldade em que uma soft skill foi fundamental para a solução? (Se sim, conte-me um pouco dessa experiência)
15. Sua empresa já investiu em treinamentos focados no desenvolvimento de soft skills? (Se sim, quais foram os resultados positivos ao longo do tem