

**ENTREVISTA 06-07**

Coaching é "ferramenta emergente, mas ideal nestes tempos"

**FINANÇAS PESSOAIS 08**

Saiba quanto custam os cursos para formar um líder

**EXEMPLO 09**

ANJE promove acções de formação alternativas

**ESPECIAL  
FORMAÇÃO**

**jn**

Jornal de  
Notícias  
24.06.2011

www.jn.pt

**negócios**

**OFERTA E PROCURA** DE MBA E DE OUTRAS ACÇÕES EDUCATIVAS ESTÃO A GANHAR POPULARIDADE **P.4E5**



# FORMAÇÃO PARA EXECUTIVOS REFORÇA BAGAGEM DAS EMPRESAS



Dividir conhecimento é a melhor forma de multiplicar riquezas.

www.by-you.com

210 108 996 www.totvs.com

   /totvs #letsshare

 **TOTVS**

Compartilhe o novo mundo.

# “Ferramenta emergente mas ideal nestes tempos”

**COACHING TEM CADA VEZ MAIS ADEPTOS ENTRE EXECUTIVOS E EMPRESAS**

— ANA PAULA LIMA  
— ana.p.lima@jn.pt

**A**tingir a excelência a partir das suas próprias descobertas é o grande desafio do Coaching. O método originário dos Estados Unidos chegou a Portugal no início do milénio e começou a ganhar dimensão a partir de 2007. Aparece como uma estratégia que se dirige a executivos, porque visa, através de reuniões individuais, levar a pessoa a encontrar as soluções para a sua carreira ou negócio, mas, na opinião do presidente da Associação Portuguesa de Coaching, Viana Abreu, trata-se de uma metodologia que se dirige a todo o tipo de pessoas.

**Como e quando surgiu o Coaching em Portugal?**

Em 2003, surgem algumas formações reconhecidas internacionalmente na área do Coaching, em Portugal. E aparece um primeiro grupo ligado à International Coach Federation, mais alinhado com o conceito norte-americano de Coaching. A vice-presidente da Associação Portuguesa de Coaching (APC), Fátima Matos, participou na criação desse primeiro grupo. Em 2007, inicia-se um movimento de chegada de mais oferta nessa matéria. Aparecem outros grupos internacionais que se aproximam de Portugal e isto começou a mexer mais.

**Dentro do Coaching, há conceitos distintos?**

Há conceitos diversos de Coaching. O conceito mais puro

tem origem nos EUA e define muito da linha essencial do que é um coach, que não é um especialista, mas sim um co-explorador centrado nos outros que leva o outro a chegar a respostas. A metodologia começa por ajudar a focar e depois levar a que a pessoa tome consciência do que é importante para si, até chegar ao quando é que o vai fazer. Para a pessoa funciona como um espelho. É uma área que trabalha com a pessoa humana nos diversos contextos.

**Como explica o crescimento que o Coaching está a registar?**

O Coaching facilita processos de mudança, de tomada de consciência, e hoje, mais do que nunca, vivemos tempos conturbados de muita indefinição. Eu diria que em tempos muitos conturbados existem muitas oportunidades se soubermos o que queremos, e em tempos de mudança se calhar é possível fazer coisas que ontem não era possível. Mas só posso tirar partido destes tempos se tiver muito bem alinhado como equipa ou empresa. A pressão que existe actualmente é grande, há muita coisa a acontecer e, neste processo, o Coaching é uma ferramenta extraordinária que mais do que olhar para o passado, está focada para onde é que a pessoa quer ir e o que é que está disposta a fazer para lá chegar. É uma ferramenta emergente, mas ideal nestes tempos.

**Que tipo de formação inclui o Coaching?**

No conceito mais puro de Coaching, o coach não é chamado para dar opinião, é chamado para

assistir num processo com uma metodologia própria, mas sem interferir. Nas sessões de Coaching, as temáticas são definidas pelo cliente e, segundo o código de ética do Coaching, o processo desenrola-se centrado na pessoa. São sessões em que vai reflectir-se muito. Seguindo a nossa metodologia, começa-se sempre por perguntar qual é o objectivo que traz para esta sessão? O que fazemos são sessões individuais e algum tipo de formação específica. Nas sessões de Coaching, o cliente contrata um coach e depois tem um programa definido de sessões. As empresas muitas vezes são abordadas no sentido de conhecerem o conceito e depois são elas que pedem serviços de Coaching.



**O que procuram os profissionais que participam em ações de Coaching?**  
Fundamentalmente são questões tão simples como o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, de melhoria do relacionamento com os colegas ou com os colaboradores, procura de maior autoconhecimento pessoal, 'saber até que ponto estou à altura de uma missão', por exemplo.

**Que sectores e profissões procuram este tipo de ajuda?**

O Coaching atrai empresas que estão disponíveis para procurar a excelência. Empresas líderes, com gestores com muita responsabilidade, com uma visão madura do negócio e que valorizam muito as pessoas. Há um lado muito humano em todo o processo. Somos procurados por empresas e pessoas individuais, desde estudantes até altos cargos executivos. A média de idades ronda os 38, 40 anos. É um público maduro na sua maioria. Mas também temos pessoas dos 16 aos 80 anos. Muitas organizações têm esta mentalidade de que 'tendo pessoas mais felizes tenho uma empresa mais produtiva'. Cada vez mais as organizações e as pessoas não querem ser só eficazes, querem ser grandiosas no sentido de auto-realização.

**Que contributos pode dar o Coaching na actual conjuntura económica?**

Quando há um processo que nos ajudam a focar no que queremos, naturalmente, desenvolvemos uma atitude positiva e começa a procura de soluções. Sou levado a criar um hábito de consumir energia mais no que quero. E se tiver um método que me ajuda a tomar consciência disso para depois me responsabilizar e comprometer, posso aplicar-me mais e com entusiasmo faço acontecer. Isto aplica-se numa empresa ou num país. O Coaching claramente está alinhado com esta forma de nos reinventarmos e encontrar as soluções. Isto não é só uma questão portuguesa. Esta é uma temática que tem um valor extraordinário nos tempos que correm.

**Há governantes e políticos a aderir ao Coaching?**

Sim, ao mais alto nível. Temos casos impressionantes de países estrangeiros que têm vindo cá para levar isto para áreas como a saúde e educação, que são sistemas públicos que estão pouco humanizados, por incrível que pareça.

**Quantos profissionais da área acreditados existem em Portugal?**

Em Portugal, diria que pessoas certificadas somos capazes de ser entre 300 e 500, com mais de 100 horas de formação e validação da prática. Empresas haverá cerca de 30.

**"COMEÇA-SE SEMPRE POR PERGUNTAR QUAL É O OBJECTIVO QUE TRAZ PARA ESTA SESSÃO?"**

**"O COACHING ATRAI EMPRESAS QUE ESTÃO DISPONÍVEIS PARA PROCURAR A EXCELÊNCIA."**

**"AS ORGANIZAÇÕES E AS PESSOAS NÃO QUEREM SER SÓ EFICAZES, QUEREM SER GRANDIOSAS"**

**Quantos associados tem a Associação Portuguesa de Coaching?**

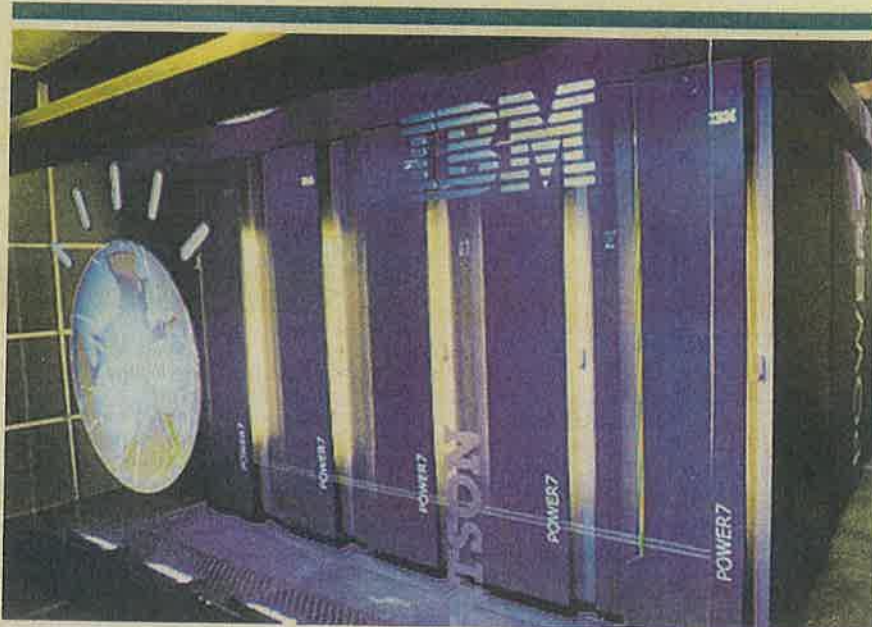
A nossa associação tem 60 associados e o objectivo é ter, até final do ano, cerca de 100. Temos três membros colectivos e a maior parte são profissionais individuais.

**Quando foi criada a APCoaching e como se caracteriza?**

A APCoaching foi criada em 2009. Eu e a vice-presidente, Fátima Matos, fazemos parte do grupo de fundadores. Internacionalmente, a associação tem ligações com a International School of Professional Coaching (ISPC), que foi criada por nós como escola internacional e tem a sede em Londres. A ISPC actua em Portugal através da empresa Portal do Ser e de parceiros como a Associação Empresarial de Portugal (AEP). Esta escola forma e certifica os profissionais de Coaching. Através da ISPC, estamos presentes em Espanha, Itália, México, França e República Dominicana. Estamos a preparar a entrada em Angola e em negociações para o Brasil.

**Que missão têm e que trabalho têm desenvolvido?**

A associação surge por uma vontade de criar um espaço para defender a actividade, no sentido de credibilizar o Coaching. Mais do que ser uma entidade reguladora da actividade, a APCoaching pretende promover o seu desenvolvimento e afirmação. A nossa missão é divulgar a atitude Coaching. ■



Depois da experiência pioneira na IBM ainda foi preciso uma década para a metodologia se aplicar no quotidiano das organizações

# Coaching faz parte da IBM

EMPRESA NORTE-AMERICANA FOI DAS PRIMEIRAS A RECORRER AO COACHING NUM PROCESSO DE MUDANÇA

— ANA PAULA LIMA  
— ana.p.lima@jrn.pt

Uma das primeiras empresas a recorrer ao Coaching foi a IBM. A gigante norte-americana deu o exemplo em 1994 quando reestruturou a empresa e deixou de ser fabricante de hardware para ser uma empresa fornecedora de serviços.

A dificuldade da IBM era encontrar uma forma de motivar os seus colaboradores para os novos desafios que a mudança impunha e o Coaching foi a solução. Hoje, a empresa tem cerca de 100 coaches profissionais distribuídos mundialmente que têm como meta aumentar as suas vendas na empresa.

Depois da história da IBM ainda demorou cerca de uma década até esta metodologia, que se aplica sobretudo à formação de executivos, entrar no quotidiano das organizações e das pessoas, mas hoje o conceito está a crescer.

Em Portugal, estima-se que existam perto de 500 profissionais certificados e mais de 30 empresas especializadas nesta metodologia que não faz mais do que levar a pessoa a trilhar o seu próprio caminho para alcançar os seus objectivos.

**Liderar e deixar liderar**

Esta ferramenta está direccionada para a formação de executivos e tem na sua base uma filosofia de li-

derança, que acredita que se adquire competências através de processos contínuos que são da responsabilidade de todos. Ao líder não cabe mandar nos seus subordinados, mas sim orientá-los de maneira a que estes assumam as suas tarefas de forma independente.

Quem recorre ao Coaching vai ser confrontado com sessões, ou reuniões, orientadas por um coach (treinador). O treinador vai lançando questões ao coachee (cliente) até que este consiga encontrar as respostas de que precisa para resolver determinado problema ou atingir um objectivo. Na prática, são sessões de pergunta/resposta que buscam o autodesenvolvimento e que podem ter efeitos a nível de resultados para a eficácia de uma organização ou de uma pessoa.

Este método de autovalorização procura levar as pessoas a definir metas, ver a realidade, traçar opções até atingir a vontade de levar a efeito o que pretende.

As mais-valias para as empresas traduzem-se sobretudo em ter colaboradores conscientes e mais motivados para o trabalho que desempenham. Para os colaboradores, é uma oportunidade de se auto-analisarem e de perceber se estão no caminho certo e como podem ser melhores naquilo que fazem. ■

## ETAPAS

### META

Num primeiro momento podem fazer-se questões como:  
O que desejo alcançar?  
Quando desejo alcançar a meta?  
Como posso verificar que a alcancei?  
O que vou sentir quando a alcançar?

### CONSCIENCIALIZAÇÃO

Questionar:  
O que está a acontecer agora?  
Qual o efeito disso em mim?  
Qual o efeito nos outros?  
O que fiz até agora a esse respeito?  
Quais os resultados que obtive?  
O que posso fazer para obter outro resultado?

### OPÇÕES

Questionar:  
Quais as opções que tenho?  
Quais as vantagens e desvantagens desta opção?  
Qual a opção mais adequada?

### COMPROMISSO

Questionar:  
O que vou fazer?  
Quando? Como? Onde? Quanto?  
Que obstáculos podem surgir?  
Como vou contorná-los?  
Que recursos são necessários?  
Qual a minha motivação para entrar em acção?