

Coaching em crescimento

De acordo com os resultados, em síntese, de um estudo que a Pessoal publica em primeira mão, 25% das empresas afirma que preveem recorrer a serviços de coaching durante o primeiro semestre de 2011, um crescimento face ao semestre passado e uma marca da crescente importância do coaching enquanto ferramenta de desenvolvimento de pessoas. Conheça a evolução desta área desde 2008.

por: **Ana Teixeira**, 'Country manager' MRINetwork Portugal



Na nossa perspectiva de coaching acreditamos que, ainda que o foco maioritariamente seja no “aqui e agora” para perspetivar o futuro, o resultado será menos poderoso e menos transformador se não tivermos acesso à “história” individual. Esta ajudará a compreender e transformar padrões de comportamento e de inter-relação situados na zona das “incompetências inconscientes”. É que os padrões, bem como os automatismos, têm tendência a repetir-se se nada for feito para os quebrar ou desativar, muitas vezes hipotecando os objetivos que tão determinadamente o ‘coachee’ quer alcançar. Quero com isto dizer que acreditamos que ao conduzirmos a nossa vida, o passado nos ajuda a compreender o presente e objetivar o futuro, tal como quando conduzimos um carro temos que olhar não só para a frente mas também pelos espelhos laterais e pelo o retrovisor.

Em cada ‘survey’ colocamos questões aos administradores ou diretores gerais ou diretores de RH de empresas a operar em Portugal, de várias dimensões. Os setores de atividade variam entre Tecnologias de Informação e Comunicação, Farmacêutico, Cuidados de Saúde e Biotecnologia, Setor Industrial, Construção Civil e Obras Públicas, Setor de Logística e Distribuição e Grande Consumo. A dimensão das amostras

varia entre 250 e 115 empresas. A periodicidade do 'survey' é semestral.

O CIGA-Coaching de Inspiração Grupanalítica® é um modelo de coaching em que o grupo constitui-se como a ferramenta de trabalho. No coaching em grupo o foco é sempre o indivíduo e no coaching de equipas o foco é a equipa. Na realidade, trata-se de um modelo de intervenção muito eficaz que permite realizações jamais conseguidas noutro contexto. O grupo funciona como uma "sala de espelhos" transformadora. Afinal vivemos e trabalhamos em grupo.

RESULTADOS ATÉ AO 2º SEMESTRE DE 2010

No 2º semestre de 2008 (2º S 2008), face à questão "Que meio prevê utilizar na gestão, retenção e desenvolvimento de talentos?", 35% dos inquiridos equacionava utilizar o coaching como um meio para gerir e reter talentos. No 1º S 2009 foi feita a mesma pergunta. Do total de inquiridos, 60% não considera utilizar o coaching para gerir, reter e desenvolver talentos e os restantes 40% distribuíam-se igualmente entre: utilizar a ferramenta para melhorar competências de equipa (17%) e potenciar resultados (17%) sendo que os restantes 6% utilizariam o coaching para melhorar desempenho e competências individuais. Realçamos um incremento de cinco pontos percentuais face ao semestre anterior relativamente à mesma questão. Sectorialmente a Farma utilizaria sobretudo o coaching para melhorar competências, com igual peso, para as individuais e para as de equipa. As TIs, também com igual peso (18%), utilizariam o coaching para melhorar competências de equipa e para potenciar resultados, o mesmo se passando na Logística (com 28% e 30% respetivamente para cada um dos critérios).

No mesmo período, tentámos saber quantas empresas encaravam o coaching como ferramenta de motivação, pelo que foi igualmente colocada a questão: "Como prevê motivar os seus talentos, em tempo de crise, ao longo de 2009?". A disponibilização de processos de coaching aos colaboradores aparecia como uma possibilidade entre outras possíveis. Neste caso, o coaching foi, de longe, a ferramenta menos escolhida (9%) pelas empresas como fonte de motivação dos seus talentos, em concorrência com a formação (71%), prémios (25%) ou mais dias de férias e tempo livre (30%). O coaching só foi referido por 14% das empresas respondentes do setor das TIs e por 8% das inquiridas no setor Farma. Mais nenhum setor o mencionou como ferramenta motivacional para os talentos.

Durante 2009 (2º S 2009), quisemos saber que

Mostra-se superior em nove pontos a percentagem de empresas que, recorrendo já ao coaching, pretendem desenvolver mais ações de coaching este semestre por comparação às desenvolvidas no semestre passado

meios técnicos de gestão de capital humano as empresas ponderavam utilizar de forma a ultrapassar a crise. O coaching executivo foi mencionado por 23% dos inquiridos e o coaching de equipa por 24%. Constatamos assim que, em 2009, a grande percentagem dos responsáveis das empresas consultadas não previa realizar processos de coaching executivo (74%) ou coaching de equipas (72%). Dos que previam recorrer ao coaching, somente 3% equacionava recorrer a meios externos para as ações de coaching executivo e 4% para as de coaching de equipas. No primeiro semestre de 2010, 55% das empresas responderam ter a intenção de fazer mais investimento na formação dos seus colaboradores que no ano transato (2009), sendo o coaching mencionado por 15% das empresas

que pretendiam fazer esse investimento.

No 2º S 2010, 22% das empresas abordadas prevê continuar a recorrer aos serviços de coaching, contra 78% que não tencionam fazê-lo. Das mesmas, 31% contam incrementar as ações de coaching comparativamente ao semestre anterior.

A análise sectorial aponta para um maior dinamismo nos setores Farma e Logística com, respetivamente, 30 e 28% das empresas a indicarem intenção de proporcionar coaching aos seus colaboradores.


É contudo marcado o número de empresas que, apesar de irem desenvolver ações de coaching, pretendem desenvolver menos que no semestre anterior. De realçar que, apesar do setor de Logística ter sido um dos que mencionou continuar a disponibilizar ações de coaching é também aquele que mais vai reduzir o investimento por comparação ao semestre anterior.

RESULTADOS DO 1º SEMESTRE DE 2011

E chegamos ao 1º semestre de 2011 com a mesma pergunta: "Prevê recorrer ou continuar a recorrer a serviços de coaching durante este semestre?".

Constatamos que, comparativamente com o segundo semestre de 2010, há um aumento de três pontos na percentagem de empresas que pretende recorrer ou continuar a recorrer a serviços de coaching (25% em 2011 face a 22% no 2º S 2010).

Também se mostra superior em nove pontos a percentagem de empresas que, recorrendo já ao coaching, pretendem desenvolver mais ações de coaching este semestre por comparação às desenvolvidas no semestre passado (40%).

Quando analisamos os dados de forma sectorial reparamos que, à exceção da Logística que não sabe ou não divulga os seus dados, todos os restantes setores preveem um investimento em coaching superior ao feito no 2º semestre de 2010. 

Conclusão

Pensamos que os resultados deste estudo parecem indicar que, lentamente, as empresas começam a reconhecer o valor desta ferramenta e o retorno do investimento que pode proporcionar se o processo for conduzido de forma séria e profissional. Nos tempos desafiantes que as empresas enfrentam, pelas dificuldades que encerram, o coaching pode ser uma ferramenta extremamente eficaz para ajudar as empresas e os executivos a alcançar os objetivos que se propõem. Contudo, ainda há um longo caminho a percorrer ao nível da utilização desta excepcional ferramenta geradora de mudança.