

## TREINAR PARA SER CRAQUE

O *coaching* não ensina, ajuda a aprender. É este o lema desta ferramenta com provas dadas no desenvolvimento dos colaboradores e das empresas, e que já seduziu a Remax.

---

### OBJECTIVOS DO COACHING

“Treinar equipas ou profissionais campeões”, é para isso que serve esta ferramenta responde Isabel Freire de Andrade, directora-geral da Conceito O2, empresa de *executive coaching*. “Geralmente são os presidentes das empresas ou os directores de recursos humanos que solicitam o *coaching* para as equipas de direcção. Fazem-no, principalmente, em momentos de mudança, quando surgem novos desafios”, conta. Mas, por vezes, são os próprios directores ou as chefias que procuram directamente o *coaching*. “Se pretendem ser mais eficazes nalguma competência, promover uma mudança na carreira, lidar com uma situação de mudança, começar um novo negócio, ou, simplesmente, ganhar mais dinheiro”, acrescenta.

Muitas vezes os patrões ou os colaboradores não sabem a que porta bater para pedir auxílio nesta matéria. Com intuito de responder a este desejo, quatro especialistas de diferentes áreas criaram o Intra-coach, na Suíça. Pretende ser uma espécie de federação do *coaching* uma ponte entre colaboradores com sede de acompanhamento e profissionais altamente especializados em determinado domínio. O conceito já se estendeu à França, Bélgica e Quebec. Segundo a responsável da Conceito O2, os executivos pretendem: “Melhorar a sua capacidade de se relacionarem com os outros, gerir melhor as emoções, resolver conflitos, tornar-se mais organizado, usufruir melhor da sua vida pessoal e das suas relações, preocupar-se menos com determinados aspectos do seu dia-a-dia, sentir que são eles que controlam as situações, criar a diferença ou descobrirem o que realmente pretendem fazer das suas vidas.”

Segundo Isabel Freire de Andrade, nos trabalhos realizados com a metodologia da Conceito O2 verifica-se um aumento até 28% dos níveis de produtividade da unidade/equipa.

De igual modo, nota-se “a construção e a consolidação de equipas eficientes, cooperativas e criativas, um desenvolvimento significativo e duradouro das competências trabalhadas, e um menor investimento de tempo e dinheiro por se tratar de intervenções de alta precisão nos pontos em que se diagnosticou a necessidade”.

### BENEFÍCIOS E CONTRARIEDADES

O *coaching* implica “um investimento de tempo com um valor inestimável, já que os *coaches* ficam preparados para resolver novos problemas no futuro”, garante Isabel Freire de Andrade. E desenvolve: “Não é o *coach* que diz qual a solução para o problema. Ele ajuda a que se encontre os recursos e as soluções para os problemas.”

A primeira, segundo Isabel Freire de Andrade, tem a ver com o custo. “Algo dispendioso em termos financeiros”, e também em termos de tempo.

Mas nem só a Remax é adepta destes treinos intensivos, apesar de os exemplos nacionais serem ainda escassos. Isabel Freire de Andrade, que preserva a confidencialidade dos clientes da Conceito O2, faz o balanço do *coaching* feito em 2003 e que alcançou 93 gestores, 64 comerciais e várias equipas. No ano passado “ultrapassámos estes números e estamos neste momento a realizar *coaching* de equipa a quatro grupos de direcção de grandes empresas multinacionais e nacionais”, acrescenta.

## ESCASSA ADESÃO DAS PME

No caso das pequenas e médias empresas só os directores são adeptos de *coaching*.

“O programa destina-se à administração, directores-gerais ou de linha e coordenadores de equipas. Líderes que querem trazer ao de cima o melhor deles próprios e da sua equipa, que almejam um clima de trabalho de elevada produtividade e satisfação pessoal e que pretendem acompanhamento e *feedback* de um especialista, por forma a terem um desenvolvimento acelerado e muito mais eficaz”, conclui Isabel Freire de Andrade.

O objectivo que a Remax espera atingir este ano passa por aumentar a média de transacções mensais por vendedor. “Temos 1150 vendedores, com experiência média de sete meses. O objectivo para este ano é ter mais 500 vendedores e 25 lojas.

Mas queremos subir a média de forma a que haja, pelo menos, uma venda por vendedor ao mês”, afirma Manuel Alvarez. O Succeed é meio caminho andado para balancear isto