

carreira no divã

CONSULTOR QUE TREINA PRESIDENTES DE EMPRESAS DIZ QUE RELAÇÕES HUMANAS SÃO PRINCIPAL PROBLEMA DOS EXECUTIVOS

COLABORAÇÃO PARA A FOLHA

Por conta da recente popularização do “coaching” (treinamento de executivos) no Brasil, é preciso atenção na hora de contratar um profissional, afirma o consultor e sócio da Havik Consulting Eduardo Bom Angelo.

Com 30 anos na carreira executiva, 13 dos quais como presidente de empresas como Brasilprev, Cigna Previdência e MDS Corretores de Seguros, Bom Angelo atua hoje, entre outras atividades, como “coach” (treinador) para diretores e presidentes de grandes companhias.

Em entrevista à **Folha**, compara a atual onda do “coaching” no Brasil com o fenômeno da corrida pela exploração do ouro na Serra Pelada (PA). Ele diz porém que o crescimento tem faceta positiva: tornar o conceito de “coaching” mais disseminado.



Folha - O que é e como se aplica o processo de “coaching”?

Eduardo Bom Angelo – O “coaching” é um processo que busca desenvolver o autoconhecimento. Seu propósito é dar ao indivíduo melhor percepção de si mesmo e de sua relação com as pessoas. Visa trabalhar e aprimorar aspectos importantes do perfil do profissional. O processo se dá por meio de sessões de cerca de uma hora de duração. A periodicidade depende de cada caso, mas inicialmente as sessões são quinzenais.

Como foi sua preparação para se tornar um “coach”?

Durante minha carreira, passei por quatro processos de “coaching”. Três no Brasil e um nos EUA. Em 2009,



Victor Moriyama/Folhapress

Eduardo Bom Angelo

Economista graduado na FEA-USP. Pós-graduado em Finanças e Marketing pela FGV-SP. Mentor na Endeavor, ONG fomentadora do empreendedorismo. Professor associado da Fundação Dom Cabral. “Coach” de executivos.

resolvi me aprofundar na matéria. Procurei profissionais que eu respeitava na condição de “coach” e pedi orientações e referências para leitura. Queria saber se eu tinha perfil para a atividade e se tinha repertório suficiente. Essas pessoas me ajudaram e me orientaram nesse aprendizado que me trouxe até aqui.

Como vê o crescimento da atividade no Brasil?

Nos últimos anos, o “coaching” virou um fenômeno parecido com o de Serra Pelada. Todo mundo resolveu “comprar” o conceito. Isso tem gerado uma demanda indiscriminada, que gera também uma oferta indiscriminada. Tem muita gente por aí com pouca qualificação se dizendo “coach”. No

entanto, acredito que, com o tempo, o próprio mercado se encarregará de fazer uma depuração.

No “coaching” que o senhor realiza com executivos, qual aspecto é mais frequentemente trabalhado?

Embora não seja uma regra, pode-se dizer que são as relações humanas. Quanto mais alto você chega em uma hierarquia, mais o componente relações humanas se torna importante para o bom líder. É preciso saber desenvolver a si próprio e desenvolver as pessoas que você lidera. Sem isso, abre-se um vazio em comando e liderança.

É possível mensurar os resultados do “coaching”?

Não tenho nada contra quem aplica mensurações numéricas. Respeito outras



PANORAMA NO BRASIL
segundo a consultoria Robert Half

O coach de carreira traz impactos positivos para **88%** dos profissionais brasileiros

Os atributos mais valorizados em um “coach” no Brasil são

48% conhecimento e experiência

e respeito e **19%** confiança mútuos



metodologias. Mas acho complicado, em se tratando de trabalhar com o comportamento humano, passar uma régua para medir resultados. É claro que, durante o processo, sempre serão traçados objetivos. Mas gosto de avaliar os resultados conversando com os subordinados das pessoas com quem faço “coach”.

Em qual situação o trabalho do “coach” não funciona?

Quando a pessoa não está ali por vontade própria e não está disposta a falar abertamente sobre si. Se não estiver inteiramente presente, está perdendo tempo e dinheiro. (ROGÉRIO DE MORAES)