

Secretário-Coach: A Formação em *Coaching* como Vantagem Competitiva para o Profissional de Secretariado

Coach Secretary: Training in Coaching as a Competitive Advantage for the Administrative Professional

Bruno Américo Lima Ferreira¹, Eduardo César Pereira Souza² e Karine Freitas Souza³

¹Centro de Ensino Superior do Amapá, CEAP

²Universidade Federal do Amapá, UNIFAP

³Universidade Federal da Bahia, UFBA

Como citar: Ferreira, B. A. L., Souza, E. C. P., & Souza, K. F. (2018). Secretário-Coach: A Formação em Coaching como Vantagem Competitiva para o Profissional de Secretariado. *Connection Scientific Journal*, 1(2), 41-55. <https://doi.org/10.51146/csj.v1i2.10>

Recebido em: 2018-07-18. **Aceite em:** 2018-09-17. **Publicado em:** 2018-12-14.



Resumo

As transformações atuais no mercado de trabalho trazem novos paradigmas que interferem diretamente nas relações entre profissionais e empresas. Não obstante, entende-se que o avanço tecnológico é um dos principais fatores que corrobora na construção de novas perspectivas para o contexto organizacional. Tendo em vista tais afirmativas, este artigo objetiva verificar a percepção dos secretários-coaches, profissionais de Secretariado com formação em *coaching*, acerca da formação em *coaching* como vantagem competitiva para a sua atuação no mercado de trabalho. O estudo parte da seguinte questão-problema: Há alguma vantagem competitiva em ser profissional de Secretariado e *coach*? No que tange aos procedimentos metodológicos adotados para esse trabalho, a natureza do estudo é aplicada e de caráter quantitativo-qualitativo. Participaram da pesquisa sete profissionais graduados em secretariado e que possuem formação em *coaching*. Os resultados evidenciaram que a formação em *coaching* é elemento para o desenvolvimento de vantagem competitiva para o profissional de Secretariado permitindo, assim, a construção do perfil do secretário-coach.

Palavras-chave: mercado de trabalho, desenvolvimento de carreira, atuação, coaching

Abstract

The current changes in the labour market bring today new paradigms that directly interfere in relations between professionals and companies. The technological advancement is one of the main factors that corroborates the construction of new perspectives in organizational context. In view of such statements, this article aims to check the perception of Secretaries-Coaches - professional secretarial services with training in coaching - about training in coaching as a competitive advantage for its performance in the labor market. This study stem from the following question-problem: Is there any competitive advantage in being a Secretariat and Coach professional? Concerning the methodological procedures, the nature of this study is applied, from quantitative-qualitative character. Seven graduates in Secretariat who are trained in coaching performance participated in the survey. The results show that training in coaching is a key element for the development of competitive advantage for the professional Secretariat thus allowing the construction of the Secretary-coach profile.

Keywords: the labor market, training in coaching, competitive advantage

As transformações atuais no mercado de trabalho trazem novos paradigmas que interferem diretamente nas relações entre profissionais e empresas. Não obstante, pensa-se que o avanço tecnológico é um dos principais fatores que corrobora para a construção de novas perspectivas para o contexto organizacional. Frente a este cenário, o desenvolvimento contínuo é umas das estratégias essenciais para que o profissional busque atender as exigências de um mercado cada vez mais competitivo.

Partindo dessas afirmativas, nota-se uma demanda relevante de profissionais e empresas que buscam, por meio da formação continuada, desenvolver competências e/ou criar produtos e serviços, visando desenvolver vantagem competitiva no mercado. Sob esta ótica, destacam-se os profissionais com formação em *coaching*, que é uma metodologia relacionada com a potencialização de resultados positivos de um indivíduo, organizações ou grupos, por meio do uso de técnicas e ferramentas validadas cientificamente.

A questão dos fatores determinantes para o desenvolvimento de vantagem competitiva é um campo de estudo amplo, portanto, torna-se de fundamental importância apresentar discussões e resultados congruentes, de forma a atender às suas demandas. Neste aspecto, esta pesquisa objetiva verificar a percepção do profissional de Secretariado acerca da formação em *Coaching* como vantagem competitiva para a sua atuação no mercado de trabalho. No desenvolver deste estudo, procura-se responder a seguinte questão-problema: a formação em *coaching* possibilita desenvolver vantagem competitiva para o profissional de Secretariado?

Paralelamente, busca-se explorar os seguintes objetivos específicos: a) entender qual é a motivação para se buscar a formação em *coaching*; b) conhecer quais são as áreas de atuação profissional que foram potencializadas após a formação em *coaching*; c) identificar qual é o índice de concordância que a formação em *coaching* possibilita vantagem competitiva ao profissional de Secretariado; d) conhecer qual é a justificativa da formação em *coaching* como vantagem competitiva para o profissional de Secretariado; e) identificar quais são os conhecimentos de *coaching* aplicados na atuação profissional e f) identificar qual é o índice de concordância do *coaching* como nicho de mercado para o profissional de Secretariado.

O trabalho está estruturado em quatro grandes partes, a saber: a primeira denominada “Introdução”, tem por foco iniciar as reflexões sobre o tema, bem como apresentar o objetivo geral e os específicos. O segundo, “Referencial Teórico”, lança mão de estudos e autores de diversas áreas para refletir sobre os aspectos históricos e conceituais do *coaching*, da aplicabilidade dele nas organizações, das questões imbricadas no conceito de vantagem competitiva e do perfil/competência dos profissionais de secretariado na atualidade. Depois se tem a apresentação dos resultados, acompanhada de suas respectivas análises, e finaliza-se com as “Considerações Finais” e relacionam-se as “Referências” empregadas na pesquisa.

A seguir, dá-se continuidade ao estudo tomando por base o referencial teórico.

Referencial Teórico

Aspectos Históricos e Conceituais do *Coaching*

O *coaching* é um processo ou uma metodologia que deriva da palavra inglesa *coach* que significa “treinador”, entretanto, conforme Lotz e Gramms (2014) o termo já era utilizado no século XV, na cidade Húngara

de *Kocs*, no qual era conhecida pela fabricação de carruagens de luxo e modernas. Nessa época, os condutores dessas carruagens eram chamados de *kocsi szeker*, e com a evolução da língua, passaram a ser chamados de *coaches*, no sentido de que a carruagem era utilizada para transportar pessoas de um ponto para outro, assim como o processo de *coaching*, que se propõe a conduzir o indivíduo ou uma equipe do ponto atual para um ponto almejado.

Chiavenato (2002) destaca que a essência do *coaching* surgiu da filosofia, com o filósofo Sócrates, há mais de 2.500 anos, mesmo não sendo o termo que é utilizado hoje, mas naquela época, Sócrates reunia com discípulos para discutir assuntos filosóficos e existenciais, em um processo que instigava as pessoas a refletirem sobre seus aprendizados e como elas poderiam aperfeiçoar esses aprendizados apenas encontrando respostas dentro de si. Assim é o processo de *coaching*, por meio de técnicas e ferramentas, utiliza de perguntas, sem aferir pré-julgamento, que induz o indivíduo a encontrar novas formas e novas perspectivas de uma determinada situação desafiadora.

Práticas similares ao *coaching* eram utilizadas em eventos esportivos, como os Jogos Olímpicos da Grécia antiga, onde os preparadores técnicos acompanhavam a evolução de seus atletas durante dos jogos (Chiavenato, 2002). Lotz e Gramms (2014) ainda completam que, além dos conhecimentos filosóficos, o *coaching* também recebeu profundas influências do pensamento Budista, da Teoria de Gestalt e da Psicologia Positiva, dessa forma, se sustentando em um grande arcabouço teórico-prático do desenvolvimento humano.

Na consolidação do seu campo de aplicação, o *coaching* se sustenta a partir de quatro pilares: O ser humano, Metodologia, Técnica e Competências. O primeiro, o profissional *coach* entende como necessários os processos de mudanças e aumento de desempenho do ser humano, bem como compreende que a busca constante por melhoria reflete em resultados mais positivos. O segundo afere que o *coaching* é baseado em procedimentos metodológicos, processos e pensamento sistêmico. No terceiro pilar, verifica-se que o *coaching* é apoiado por técnica e ferramentas cientificamente validadas, com base em casos concretos de sucessos. O quarto e último pilar afere que o *coaching* procura desenvolver um perfil que desenvolva competências e princípios (Instituto Brasileiro de Coaching, 2010).

Apesar do crescimento acelerado do *coaching* no mundo, ainda não existe um consenso entre os pesquisadores acerca de seu conceito. Hargrove (1995), pesquisador americano, elucida que o *coaching* visa desafiar pessoas, por meio do incentivo de uma parceria. Gallwey (1996), considerado o pai do *coaching* no campo esportivo, contribui destacando que o *coaching* é um processo facilitador para aprendizagem, ou seja, a partir do momento que o indivíduo desenvolve uma determinada capacidade, o mesmo está estimulado a reinventar-se e buscar alternativas válidas para atingir um determinado objetivo.

Para Lotz e Gramms (2014) o *coaching* é um processo que visa potencializar o desempenho e o aprendizado de um indivíduo, tanto na esfera pessoal como na profissional, isso tudo por meio da parceria entre o *coach* e o *coachee*. O *coach* é o profissional habilitado que aplica as ferramentas e as metodologias de *coaching* adequadas para determinada situação. O *coachee* é o indivíduo que passa pelo processo de *coaching*.

Acerca da parceria levantada por Hargrove (1995) e Lotz e Gramms (2014), é importante esclarecer que para o processo de *coaching* atingir os resultados esperados, é imprescindível o estabelecimento de uma relação de parceria entre *coach* e *coachee*, com princípios de confidencialidade e ética mútuos.

O processo de *coaching* é estruturado em sessões, no qual o profissional *coach* juntamente com o *coachee* realizam encontros semanais, visando trabalhar as seguintes etapas: primeiro contato, definições de objetivos do processo, entendimento do contexto, definição dos objetivos específicos, elaboração de um plano de ação, execução do plano de ação e conclusão do processo de *coaching* (Pliopas, 2014).

Em cada etapa desse processo o *coachee* é convidado pelo profissional *coach* para compreender sua situação existente e, a partir desse cenário, planejar o melhor caminho para atingir o objetivo almejado. Em consenso, o profissional *coach* utiliza das técnicas e das ferramentas apropriadas que o *coaching* dispõe.

De acordo com a Sociedade Brasileira de Coaching (2012), o processo de *coaching* possibilita identificar problemas, obstáculos, bloqueios pessoais e profissionais, fortalecer vínculos pessoais e profissionais, superar ansiedade, crenças limitantes e medos. Neste contexto, segundo o autor, percebe-se que o indivíduo está propício a se tornar mais independente, motivado e proativo para encontrar o seu potencial e buscar o seu próprio desenvolvimento pessoal ou profissional.

Aplicabilidade do *Coaching* nas Organizações

Com a evolução do *coaching*, principalmente na esfera esportiva, alguns pesquisadores, segundo Grant e Cavanagh (2004), desenvolveram literaturas precursoras acerca das práticas de *coaching* nas organizações. Os autores destacam as contribuições de Bigelow (1938), que em sua obra, relata como alguns gerentes utilizavam os conhecimentos de *coaching* visando aprimorar as habilidades de vendas de suas equipes, bem como de Hayden (1955), que discorre sobre o *coaching* como um mecanismo para a melhoria de desempenho organizacional. No entanto, demorou algumas décadas para o termo ganhar relevância no campo organizacional, sendo somente a partir da década de 1990 que surgiram estudos mais significativos, na busca de explorar e adequar seus conceitos (Pioplas, 2014).

No que tange ao crescimento do *coaching* nas organizações, Chiavenato (2002) elucida quatro razões pelas quais demonstram sua importância. A primeira delas é de que o mercado passa por constantes mudanças, deixando de serem ambientes previsíveis, para ambientes incertos. O segundo ponto, é que as estruturas organizacionais das empresas estão mais horizontalizadas, deixando a relação entre gestor e equipe menos burocratizadas e mais diretas. O terceiro ponto enfatiza que a valorização do capital intelectual se tornou um ponto estratégico nas organizações, pois é necessário formar líderes cada vez mais visionários e bem sucedidos. O quarto e último ponto abordado pelo autor são de que a aprendizagem está diretamente ligada à evolução do conhecimento, de formar a permitir a sustentabilidade das organizações.

A demanda pelo *coaching* nas organizações fomentou a criação de um mercado voltado para a formação de profissionais especializados em aplicar esse tipo de processo. No Brasil, segundo dados da Sociedade Brasileira de

Coaching (2012), 84% das grandes empresas aplicam a metodologia *coaching* para alcançar objetivos e potencializar o desempenho de suas equipes.

Considerando os segmentos de mercado, o *coaching* desenvolveu dois grandes nichos: *life coaching* e o *executive coaching*. O primeiro é voltado para o desenvolvimento pessoal, no qual pode ser subdividido em outros ramos, como o *coaching* de família, *coaching* de emagrecimento, *coaching* de *relacionamento*, entre outros. Já o *executive coaching*, que é focado em desenvolver competências profissionais, pode se subdividir em *coaching* para liderança, *coaching* de empreendedorismo, *coaching* financeiros, entre outros (Sociedade Brasileira de Coaching, 2014).

Mais adiante, focando o entendimento do *coaching* no campo organizacional, Batista (2013) apresenta algumas definições do termo, bem como de suas aplicações, conforme o Figura 1, a seguir.

Figura 1

Conceitos de coaching

Autores	Conceitos
Pryor (1994)	Um processo no qual o <i>coach</i> e seu cliente trabalham juntos na definição de uma meta de desenvolvimento, pessoal e profissional, estabelecendo metas concretas que melhorem o comportamento em prazo definido, por meio de questões abertas e <i>feedback</i> privado em que são expostas vulnerabilidades pessoais e de autoestima.
Sztucinski (2001)	Coaching é um relacionamento de ajuda entre um executivo e um profissional (<i>coach</i>) externo. O propósito do relacionamento é facilitar o desejo do executivo (<i>coachee</i>) de atingir metas relacionadas com desenvolvimento profissional e, essencialmente, com o resultado da organização.
Carter (2001)	Coaching é um processo interativo destinado a ajudar indivíduos a se desenvolverem rapidamente. Usualmente, é relacionado à atividade profissional, com foco no melhor do desempenho ou comportamento. É um processo de aprendizado pessoal, orientado por metas e elaborado para executivos. O <i>coach</i> oferece <i>feedback</i> e objetividade, dificilmente obtidos no cotidiano da dinâmica organizacional.
Birch (2002)	Coaching é uma abordagem sistemática de melhoria do <i>coachee</i> , por meio de questionamento e de orientação, com foco em mudanças incrementais nos resultados atuais, orientada a uma meta previamente definida.
Dingman (2004)	Coaching é um relacionamento de apoio entre um executivo com autoridade e responsabilidades gerenciais em uma organização. O <i>coach</i> faz uso de um processo definido que facilita ao executivo alcançar os resultados pessoais e organizacionais.
Blanco (2006)	O <i>coaching</i> caracteriza-se como um processo de integração colaborativa, voltado para a promoção e o estímulo da aprendizagem. O objetivo não é ensinar, mas sim auxiliar o outro a aprender.

Autores	Conceitos
Mayard (2006)	A atividade do <i>coach</i> é a de um facilitador de processos, promovendo suporte e encorajamento. Coaching é um processo de orientação prática que promove desenvolvimento pessoal e profissional por meio de mudanças autopromovidas, diferenciando-se da terapia por sua orientação a uma população não clínica (que busca melhora imediata no seu bem-estar ou cura em situações que exijam intervenção terapêutica).
Ting e Scisco (2006)	O <i>coach</i> executivo ajuda na melhor compreensão dos líderes sobre si mesmos, de tal modo que eles possam explicitar seus pontos fortes e ajudá-los de forma mais efetiva e intencional, desenvolvendo as necessidades identificadas e do potencial ainda não testado. Muito do trabalho do <i>coach</i> envolve ajudar os gestores a adquirirem clareza sobre as próprias motivações, aspirações e compromisso com a mudança
Clutterbuck (2007)	Coaching é uma atividade feita com alguém, e não para alguém. A responsabilidade de fazer com que esse processo funcione é repartida entre o <i>coach</i> e o <i>coachee</i> . Ambos precisam demonstrar conduta de confiança e abertura, essenciais ao estabelecimento de vínculo entre eles.
Matta (2008)	Coaching é um processo que visa a elevar a performance de um indivíduo (grupo ou empresa), aumentando os resultados positivos por meio de metodologias, ferramentas e técnicas cientificamente validadas, aplicados por um profissional habilitado (o <i>coach</i>), em parceria com o cliente (o <i>coachee</i>).
Underhill, McAnally e Koriat (2010)	O propósito do <i>coaching</i> executivo é o desenvolvimento das habilidades do líder, que tenham posição formal ou não, nas mais diversas organizações - grande ou pequena empresa; com ou sem fins lucrativos; privada, governamental ou pública.

Nota. Adaptado de Batista (2013).

Conforme apresentado na Figura 1, é possível identificar uma diversidade de conceitos do *coaching* no âmbito organizacional, sendo alguns até divergentes no que diz respeito a sua aplicabilidade, entretanto, é pacífico entre os autores que este processo é fundamentado em uma metodologia e ferramentas adequadas para promover o desenvolvimento e o aprimoramento de competências e do autoconhecimento do indivíduo e de uma equipe, visando atingir novos patamares de desempenho no mercado de trabalho.

Apesar de relevante demanda desse processo nas empresas, ainda é incipiente o número de profissionais *coaches* atuantes, portanto, indicando que o mercado ainda demanda por mais profissionais qualificados.

Vantagem Competitiva

A vantagem competitiva, conforme Brito e Brito (2012), é um elemento em discussão corrente em boa parte dos estudos estratégicos, entretanto, esse olhar é, em sua grande parte, voltado para aplicação em empresas, necessitando, assim, aferir maiores discussões acerca da vantagem competitiva no campo profissional individual. Neste aspecto, cumpre mencionar a importância da competitividade no campo do desenvolvimento do capital humano. Segundo Hitt, Ireland e Hoskisson (2002), o conhecimento é uma fonte valiosa de vantagem competitiva,

uma vez que, quando a empresa se conscientiza que o conhecimento é um elemento de sobrevivência, a empresa buscará alternativas para a manutenção de seu corpo intelectual.

Ansoff e Sanvicente (1977, p. 188) definem vantagem competitiva “como a vantagem de perceber, de forma proativa, tendências de mercado à frente dos concorrentes e de se ajustar a oferta em função dessa antecipação”. Em analogia a esse conceito, para o campo profissional de um indivíduo, podemos entender que a vantagem competitiva são competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) que o indivíduo desenvolve frente às demandas mercadológicas.

Porter (1985) contribui que a vantagem competitiva está relacionada com o valor que é entregue pela organização ao cliente, sustentada pela Eficácia Operacional e pela Estratégia. Por meio da eficácia, é possível delinear as melhores práticas de gestão, no que tange a redução de custos operacionais e financeiros. Já a Estratégia é elemento para a construção da diferenciação, pois é com base nesse critério que a tomada de decisão se torna mais clara. Neste aspecto, o autor infere que a vantagem competitiva é resultado dos fatores Eficácia Operacional e Estratégia.

O Perfil do Profissional de Secretariado

As transformações do mercado de trabalho ensejaram novas configurações laborais, tendo em vista a evolução tecnológica e das novas formas de acesso à informação, permitindo assim, o surgimento de novas profissões, bem como a extinção ou a reconfiguração de outras. Nesse cenário, encontra-se o profissional de Secretariado, que no desenrolar dessas ocorrências, passou da figura do profissional mecânico para o profissional que participa das tomadas de decisões nas organizações (Natalense, 1998; Durante & Santos, 2010).

Em um recorte histórico, alguns autores (Sabino, 2006; Brandão, 2010) destacam que a origem do Secretário está associada à figura dos Escribas, que eram homens de confiança dos reis do Egito Antigo, e que dominavam a escrita e eram encarregados pela classificação de arquivos. Ainda, conforme as autoras, para ser um escriba era necessário pertencer ao clero, bem como frequentar escolas.

No decorrer do Século XX, principalmente durante a Primeira Guerra Mundial, houve mudanças significativas no campo laboral secretarial, em especial, no que cerne ao crescimento da mulher nesse ofício, tendo em vista a saída dos homens do mercado de trabalho para serem designados aos campos de batalha. A justificativa da permanência predominante da mulher nessa ocupação é sustentada pelo fato de que a profissão estava atrelada às funções típicas do lar, estando a mulher mais predisposta a desenvolver tais funções (Sabino & Rocha, 2004).

Com as transformações do mercado de trabalho, bem como o advento dos estudos acerca da construção das teorias administrativas, novos olhares se debruçaram sob o perfil do Secretário. Diversos trabalhos apontam que as transformações no perfil do Secretário ensejaram em uma ocupação com maior exigência de qualificação, com competências aliadas às demandas do mercado moderno e com discussões acerca de uma ciência própria (Holler, 2006; Nonato Júnior, 2009; Sabino & Marchelli, 2009).

No Brasil, a profissão de Secretário foi regulamentada pela Lei Federal nº 7.377, em 1985, e posteriormente complementada pela Lei Federal nº 9.261, em 1996, de forma que se estabeleceu o exercício legal da profissão

de Secretário, exigindo, assim, formação de nível técnico ou superior (Brasil, 1985; Brasil, 1996). Além dessas exigências, os dispositivos também se propuseram a reconfigurar o novo perfil da profissão, de modo a caracterizar o profissional como assessor, ampliando suas atribuições para níveis mais estratégicos (Lobato, 2013).

Como é sabido, o profissional de secretariado possui competências específicas para sua atuação profissional, e dessa forma, quando uma empresa contrata um secretário, ela espera por um perfil que contemple os dois níveis de competência: técnica e comportamental. A competência técnica, em partes, é adquirida pela formação específica como predizem as diretrizes curriculares do Ministério da Educação [MEC] para os cursos de secretariado (Brasil, 2005). No entanto, pouco se sabe sobre as competências comportamentais para os profissionais de secretariado (Neiva & D'Elia, 2009; Almeida, Borini & Souza, 2018).

Além disso, “na medida em que uma seleção minuciosa para esse posto parece ser o caminho para evitar desequilíbrios nos trabalhos secretariais aos gestores, surgem variáveis para a escolha desses candidatos que remetem aos aspectos da nova geração no mercado produtivo” (Sabino, Rocha & Souza, 2017, p. 256). Os autores ainda concluíram que

há possibilidades de integração das expectativas e motivações da geração Y ao campo de atuação dos secretários, porém a cultura organizacional pode promover tensões para a manutenção no cargo. Os jovens secretários aguardam um ambiente que proporcione o trabalho em equipe, bem como oportunidades de capacitação e evolução na carreira, apreciando trabalhar em organizações que adotem uma postura de responsabilidade com a sociedade (Sabino, Rocha & Souza, 2017, p. 267).

Em suma, pensa-se que ao compreender melhor o lugar do *coaching* na profissão de secretário, poder-se-á esclarecer as lacunas que envolvem a formação técnica e comportamental dos profissionais da área, bem como os paradigmas de sua atuação no mercado de trabalho.

Aspectos Metodológicos

No que tange os procedimentos metodológicos, a natureza do estudo é aplicada, pois “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (Silveira & Córdova, 2009, p. 35), bem como quantitativo-qualitativo.

Na perspectiva de obter outras informações relevantes para o artigo, realizou-se uma pesquisa de campo junto aos profissionais *coaches*, já que ela se caracteriza pela investigação em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso da técnica do levantamento (Silveira & Córdova, 2009, p. 37).

Para a seleção dos participantes, utilizaram-se os seguintes critérios: ser graduado em curso superior de Secretariado Executivo e possuir curso de formação em *coaching*. O contato com os participantes se deu por meio de correio eletrônico e/ou redes sociais, seguido também do método “*snowball*” (bola de neve), no qual o participante indica outros profissionais que se enquadram nos critérios estabelecidos para o estudo.

As informações coletadas se deram por meio do preenchimento de formulário eletrônico semiestruturado, disponível na internet entre os meses de maio e julho de 2017, encaminhado via correio eletrônico aos participantes

da pesquisa, que resultou na participação de sete profissionais, sendo: todos graduados em Secretariado Executivo e que possuem formação em *coaching*, três do gênero masculino, com idade entre 23 a 51 anos, e quatro do gênero feminino, com idade entre 30 a 42 anos.

A seguir, apresentamos os resultados e as discussões deste estudo.

Resultados e Discussões

No intuito de se conhecer o que motivou os participantes da pesquisa a buscarem a formação em *coaching*, elaborou-se a Figura 2, a seguir. Para melhor compreensão dos resultados aqui apresentados, os participantes dessa investigação serão identificados pela letra “P”, de Participante, seguida de uma numeração, que vai de 1 a 7.

Figura 2

Motivação pela busca da formação em *coaching*

Participante	Motivação
P1	A paixão pelo desenvolvimento de pessoas e ter a oportunidade de também mergulhar na realidade delas.
P2	Autodesenvolvimento e novo caminho profissional.
P3	Desenvolvimento pessoal e profissional.
P4	Falta de oportunidade.
P5	Pela representação da profissão que é desviada depois da graduação.
P6	As ferramentas que o <i>coaching</i> possui para o crescimento pessoal e profissional.
P7	A busca constante pelo autoconhecimento como uma possibilidade para atender as demandas pessoais e profissionais.

Nota. Dados da pesquisa (2017).

A partir dos dados apresentados neste primeiro quadro é possível verificar que cinco dos sete entrevistados buscou a formação em *coaching* visando o desenvolvimento próprio ou de terceiros, tanto na esfera pessoal como na profissional. Nesse sentido, conforme descrevem Prayor (1994 como citado em Batista, 2013), Sztucinski (2001 como citado em Batista, 2013) o *coaching* está diretamente ligado ao propósito de definir objetivos atrelados ao desenvolvimento profissional e pessoal. Destaca-se, também, que a procura por autoconhecimento é também um fator norteador para que esses profissionais busquem obter a formação em *coaching*.

Além disso, a “falta de oportunidade” no mercado de trabalho e a “representação da profissão desviada depois da graduação” também estão entre as motivações dos participantes quando da busca pela formação em *coaching*.

A Figura 3, por sua vez, traz informações a respeito das áreas de atuação que os profissionais afirmaram ser potencializadas, após terem passado pela formação em *coaching*.

Figura 3

Áreas de atuação profissional que foram potencializadas após a formação em *coaching*

Participante	Áreas de atuação
P1	Atuação em eventos, relacionamentos pessoais e profissionais, competências de oratória, organização e assessoria quando atuava como estagiário.

Participante	Áreas de atuação
P2, P3 e P4	Não responderam.
P5	Planejamento estratégico.
P6	A forma de liderar e impulsionar outras pessoas para o sucesso.
P7	A formação em <i>coaching</i> possibilita o autoconhecimento que permite a expansão da consciência de si mesmo e com isso é possível desempenhar com mais propriedade os papéis sociais assumidos. Torna-se um melhor profissional e uma melhor pessoa.

Nota. Dados da pesquisa (2017).

Esse resultado evidencia um importante item da análise, uma vez que, conforme informado pelos participantes, a formação em *coaching* possibilita desenvolver vários aspectos de atuação do campo secretarial, com destaque aos relacionamentos interpessoais e profissionais, comunicação, planejamento e liderança. Esse entendimento está em congruência com que Batista (2013) diz sobre as competências requeridas pelo profissional *coach*, reforçando que esse profissional busca constantemente a transformação por meio da aprendizagem, da evolução e da busca por desempenho, visando atender as transformações humanas.

Para responder aos objetivos dessa pesquisa, procurou-se também aferir o quanto que a formação em *coaching* possibilita vantagem competitiva para o profissional de Secretariado, como mostra a Tabela 1, a seguir. O índice é organizado em uma escala de 01 a 05, sendo 01 – “não concordo”; 2 – “concordo pouco”; 3 – “concordo parcialmente”; 4 – “concordo muito”; 5 – “concordo integralmente”. A média pontuada alcançou 4,2 pontos, indicando que a maioria dos profissionais “concorda muito” que a formação em *coaching* possibilita tais benefícios.

Tabela 1

Índice de concordância que formação em coaching possibilita vantagem competitiva ao profissional de Secretariado

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Média
4	5	5	2	4	5	5	4,2

Nota. Dados da pesquisa (2017).

Os dados extraídos elucidam que a formação em *coaching* possibilita o desenvolvimento de vantagem competitiva para o profissional de Secretariado, logo, aliado a esse cenário, na Figura 4, é possível identificar o que os participantes aferiram acerca da formação em *coaching* como vantagem competitiva em seu campo de atuação.

Figura 4

Justificativa da formação em coaching como vantagem competitiva para o profissional de Secretariado

Participante	Justificativa
P1	Acredito que seja um ponto que varie de acordo com a área que o profissional deseja enfatizar na sua carreira e também quanto a ele viver a própria filosofia de <i>coaching</i> para que assim atinja os resultados desejados.
P2	A formação em <i>coaching</i> é um diferencial para qualquer profissional, mas o impacto desta qualificação para um Secretário Executivo, que é um profissional que permeia vários níveis da organização e tem grande influência no corpo diretor de uma empresa é de grande relevância.

Participante	Justificativa
P3, P4 e P5	Não responderam.
P6	Porque o profissional de Secretariado que busca as ferramentas de <i>coaching</i> torna-se uma potência para treinar pessoas, assim como desenvolver o máximo de seu potencial de forma individual e também coletiva.
P7	O processo de autoconhecimento presente na formação de <i>coaching</i> permite que o profissional de Secretariado seja mais efetivo nas suas funções, assim como estimula a que os profissionais a sua volta também o sejam.

Nota. Dados da pesquisa (2017).

Esse resultado entra em consonância com o que Chiavenato (2002) diz sobre o crescimento do *coaching* nas organizações, uma vez que há uma demanda por organizações que valorizam o capital humano, bem como enfatiza que os profissionais busquem, por meio da aprendizagem, aperfeiçoar e/ou desenvolver novas competências e elevar seu desempenho a novos patamares.

Nesse sentido, conforme evidenciado em Natalense (1998), Sabino (2006) e Durante e Santos (2010), o profissional de Secretariado está inserido em um contexto empresarial estratégico, o qual exige dele a busca por novas performances, para alcançar sua vantagem competitiva e a manutenção do seu crescimento.

A Figura 5 apresenta os conhecimentos de *coaching* aplicados na atuação do profissional de Secretariado. Os resultados apontam que a maioria dos profissionais participantes da pesquisa utilizam as ferramentas e conceitos difundidos pelo *coaching*. Nesta perspectiva, observa-se que esses conhecimentos possuem relevância para o melhor desempenho desses profissionais, possibilitando, assim, resultados mais significativos em suas atuações.

Figura 5

Conhecimentos de coaching aplicados na atuação profissional

Participante	Conhecimentos
P1	Escuta atenta, <i>rapport</i> e questionamento aristocrático.
P2	Não respondeu.
P3	Comunicação, motivação, programação neurolinguística (PNL).
P4 e P5	Não respondeu.
P6	Ferramentas de perguntas, ferramentas de dinâmicas, automotivação.
P7	Autoconhecimento, respeito e aprendizagem.

Nota. Dados da pesquisa (2017).

Quando se procurou saber se o *coaching* é visto como nicho de mercado para o profissional de Secretariado, obteve-se a média de 4,4 pontos, conforme Tabela 2. Portanto, percebeu-se que a maioria dos profissionais entrevistados concorda que o *coaching* pode ser um mercado a ser explorado por esses profissionais.

Tabela 2

Índice de concordância do coaching como nicho de mercado para o profissional de Secretariado

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Média
5	5	5	1	5	5	5	4,4

Nota. Dados da pesquisa (2017).

A última tabela indica que o mercado de *coaching* pode ser uma grande oportunidade para o profissional de Secretariado explorar, tendo em vista que, conforme já evidenciado pela Sociedade Brasileira de Coaching (2012), 84% das empresas brasileiras utilizam do processo de *coaching*, dessa forma, indicando que o mercado está em constante crescimento, demandando, assim, de novos profissionais.

Considerações Finais

Este estudo objetivou verificar qual a percepção do profissional de Secretariado acerca da formação em *coaching* como vantagem competitiva na sua atuação no mercado de trabalho. Para tanto, buscou-se estudar, junto aos profissionais de Secretariado que possuíam formação em *coaching*, quais suas percepções acerca da problemática levantada na pesquisa.

Verificou-se, a partir de conceitos já delineados, que o *coaching* é um processo estruturado, que se utiliza de metodologia apropriada, por meio da utilização de técnicas e ferramentas cientificamente validadas, visando propor às pessoas e organizações, atingirem resultados mais positivos, seja por meio do desenvolvimento de competências, seja por meio do alcance de objetivos.

No que diz respeito aos resultados encontrados no estudo, entendeu-se que a formação em *coaching* pode ser um elemento de vantagem competitiva para o profissional de Secretariado, pois detectou-se que os conhecimentos de *coaching* contribuem também para o aperfeiçoamento do capital intelectual desses profissionais, permitindo, assim, resultados significativos em sua atuação profissional.

Nesse sentido, é relevante mencionar a necessidade de se aprofundar as discussões sobre a construção do perfil do secretário-coach, que é o profissional utilizador dos conhecimentos em *coaching* e que os emprega na intenção de elevar a performance dos seus *coachees* e contribuir com a geração de valor para as organizações.

Por se tratar de um estudo inicial, sugere-se como pautas para futuras pesquisas os seguintes caminhos: a) identificar o que mudou nas performances dos secretários-coaches após a formação na área, de modo que seja possível conhecer uma lista de atividades e comportamentos de um profissional *coach*; b) descobrir se houve alteração nos rendimentos e na atuação no campo, se foram promovidos, se fazem/fizeram palestras, ministram cursos; c) procurar saber se o secretário-coach teria maior campo de atuação na área da mentoria/consultoria profissional individualizada (construção de plano de carreira etc.).

Referências

- Almeida, W. A. G., Borini, F. M. & Souza, E. C. P. (2018). Competências comportamentais dos profissionais de secretariado: o impacto da atuação internacional da empresa. *R.G.Secr., GESEC*, 9(1). Recuperado em 30 abril, 2018, de <https://doi.org/10.7769/gesec.v9i1.632>
- Ansoff, H. I. & Sanvicente, A. Z. (1977). *Estratégia empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill.
- Batista, K. (2013). *Coach: um estudo das competências requeridas para o exercício da profissão*. Dissertação de Mestrado, Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, MG, Brasil.
- Brandão, M. N. (2010). *Formação do profissional secretário executivo na UFC: currículo, competência e cidadania*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Educação, CE, Brasil.
- Brito, R. P. & Brito, L. A. L. (2012). Vantagem competitiva e sua relação com o desempenho – uma abordagem baseada em valor. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(3), 360-380. Recuperado em 15 agosto, 2017, de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v16n3/v16n3a03.pdf>
- Chiavenato, I. (2002). *Construção de Talentos: coaching e mentoring* (5ª ed.). Rio de Janeiro: Campus.
- Durante, D. G. & Santos, M. E. M. (2010). Autonomia do secretário: uma questão de postura e de valorização profissional. *Revista do Secretariado Executivo*, 6, 17-28.
- Ferreira, M. A. A. (2008). *Coaching - um estudo exploratório sobre a percepção dos envolvidos: organização, executivo e coach*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, SP, Brasil.
- Gallwey, W. T. (1996). *O jogo interior do tênis*. São Paulo: Texto Novo.
- Grant, A. & Cavanagh, M. (2004). Toward a Profession of Coaching: Sixty-Five Years of Progress and Challenges for the Future. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2(1), 1-16.
- Hargrove, R. (1995). *Masterful Coaching*. San Francisco: Jossey-Bass Pfeiffer.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D. & Hoskisson, R. E. (2002). *Administração Estratégica: competitividade e globalização* (J. C. B. Santos & L. A. P. Rafael, Trans.). São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Holler, P. A. F. (2006). A natureza do conhecimento em secretariado executivo. *Revista Expectativa*, 5(5), 139-145.
- Instituto Brasileiro de Coaching. (2010). *Os principais pilares do coaching*. Recuperado em 16 agosto, 2017, de <http://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/principais-pilares-coaching/>
- Lei nº 7.377, de 30 de setembro de 1985. (1985). Dispõe sobre o exercício da profissão de secretário e dá outras providências. Brasília, DF. Recuperado em 21 agosto, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7377consol.htm
- Lei nº 9.261, de 10 de janeiro de 1996. (1996). Altera a redação dos incisos I e II do art. 2º, o caput do art. 3º, o inciso VI do art. 4º e o parágrafo único do art. 6º da Lei 7.377, de 30 de setembro de 1985. Brasília, DF. Recuperado em 21 agosto, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9261.htm
- Lobato, M. G. S. (2015). *Mercado de trabalho e empregabilidade sob a lógica do capital: representações sociais do Secretário Executivo no Amapá (1998-2011)*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Amapá, Macapá, AP, Brasil.

- Lotz, E. & Gramms, L. (2014). *Coaching e Mentoring* [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes.
- Natalense, L. (1998). *A secretária do futuro*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Neiva, E. G. & D'Elia, M. E. S. (2009). *As novas competências do profissional de secretariado* (2ª ed.). São Paulo: IOB.
- Pliopas, A. L.V. (2014). Coaching: Modo de Usar. *GV Executivo*, 13(2). Recuperado em 10 julho, 2017, de <https://rae.fgv.br/gv-executivo/vol13-num2-2014/coaching-modo-usar>
- Nonato Junior, R. (2009). *Epistemologia e Teoria do Conhecimento em Secretariado Executivo: a fundação das Ciências da Assessoria*. Fortaleza: Expressão Gráfica.
- Porter, M. (1990). *Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Campus.
- Resolução n. 3, de 23 de junho de 2005. (2005). Dispõe sobre as diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação em Secretariado Executivo e dá outras providências. Brasília, DF.
- Sabino, R. F. (2006). *A profissão de secretário executivo no Brasil: políticas para formação e emprego*. Dissertação de Mestrado, Universidade São Marcos, São Paulo, SP, Brasil.
- Sabino, R. F. & Marchelli, P. S. (2009). O debate teórico-metodológico no campo do secretariado: pluralismos e singularidades. *Cadernos EBAPE.BR*, 7(4). Recuperado em 10 agosto, 2017, de <https://doi.org/10.1590/S1679-39512009000400006>
- Sabino, R. F.; Rocha, F. G. (2004). *Secretariado: do escriba ao web writer*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Sabino, R. F., Rocha, F. G. & Souza, E. C. P. (2017). A Geração Y no secretariado: análise sobre a carreira e suas âncoras. *R.G.Secr., GESEC*, 8(3). Recuperado em 10 janeiro, 2018, de <https://doi.org/10.7769/gesec.v8i3.716>
- Silveira, D. T. & Córdova, F. P. (2009). Unidade 2: A pesquisa científica. In T. G. Gerhardt & D. T. Silveira (Eds.). *Métodos de pesquisa* (pp. 31-42). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Sociedade Brasileira de Coaching. (2012). *Entenda o que é coaching e quais são seus benefícios*. Recuperado em 17 agosto, 2017, de <https://www.sbcoaching.com.br/blog/o-que-e-coaching/beneficios-coaching/>
- Sociedade Brasileira de Coaching. (2012). *Saiba qual é o cenário atual do mercado de coaching no Brasil e no mundo*. Recuperado em 17 agosto, 2017, de <http://www.sbcoaching.com.br/blog/tudo-sobre-coaching/como-anda-o-mercado-de-coaching/>
- Sociedade Brasileira de Coaching. (2014). *Você conhece todos os nichos do coaching?* Recuperado em 18 agosto, 2017, de <https://www.sbcoaching.com.br/blog/tudo-sobre-coaching/voce-conhece-nichos-do-coaching/>