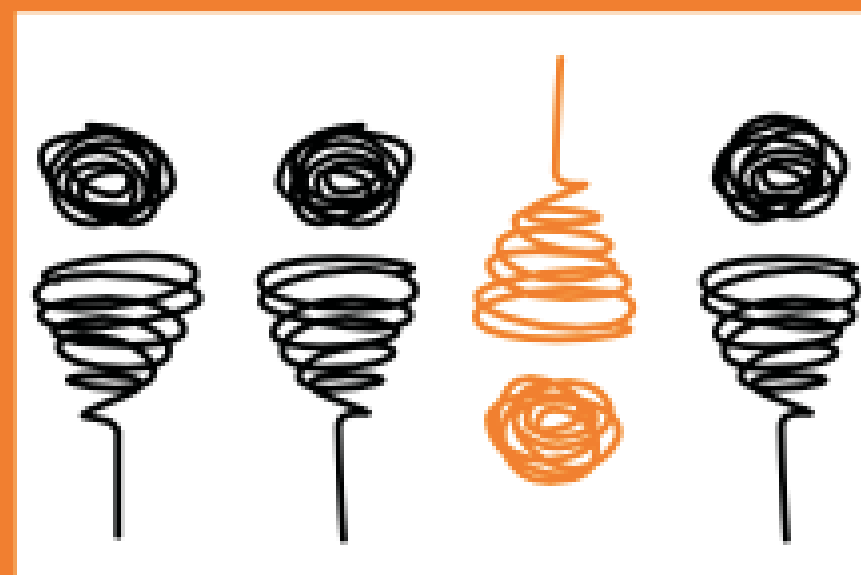
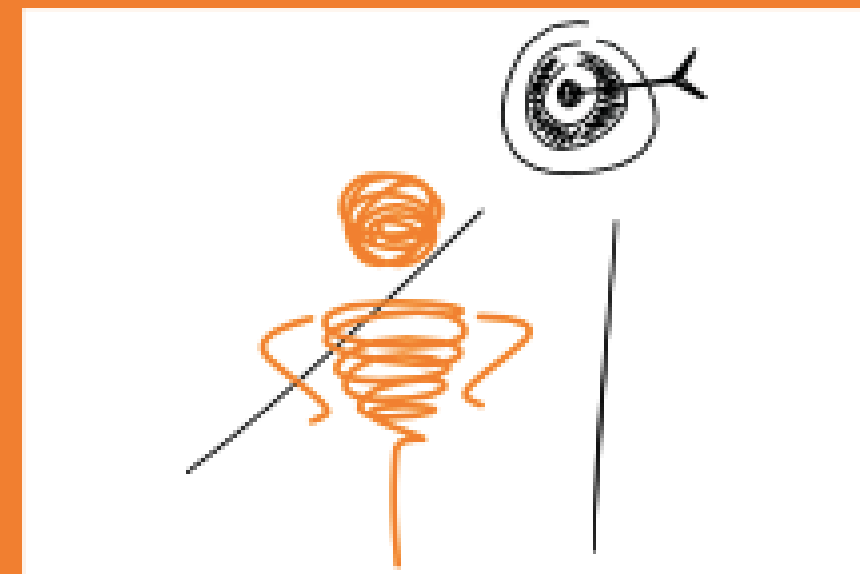
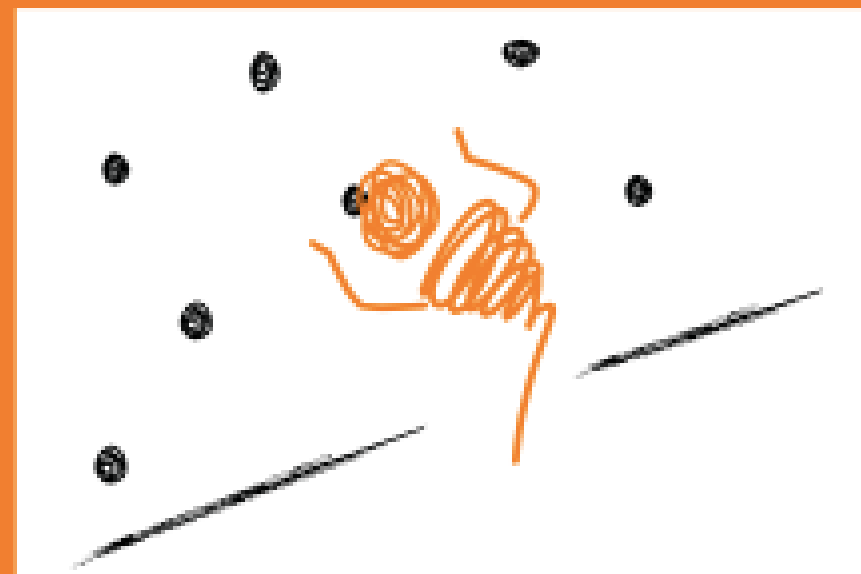


certificação internacional

# COACHING

manual





## FICHA TÉCNICA

### Propriedade intelectual

Daniel Sá Nogueira e Marta Ferreira  
*danielsanogueira.com*



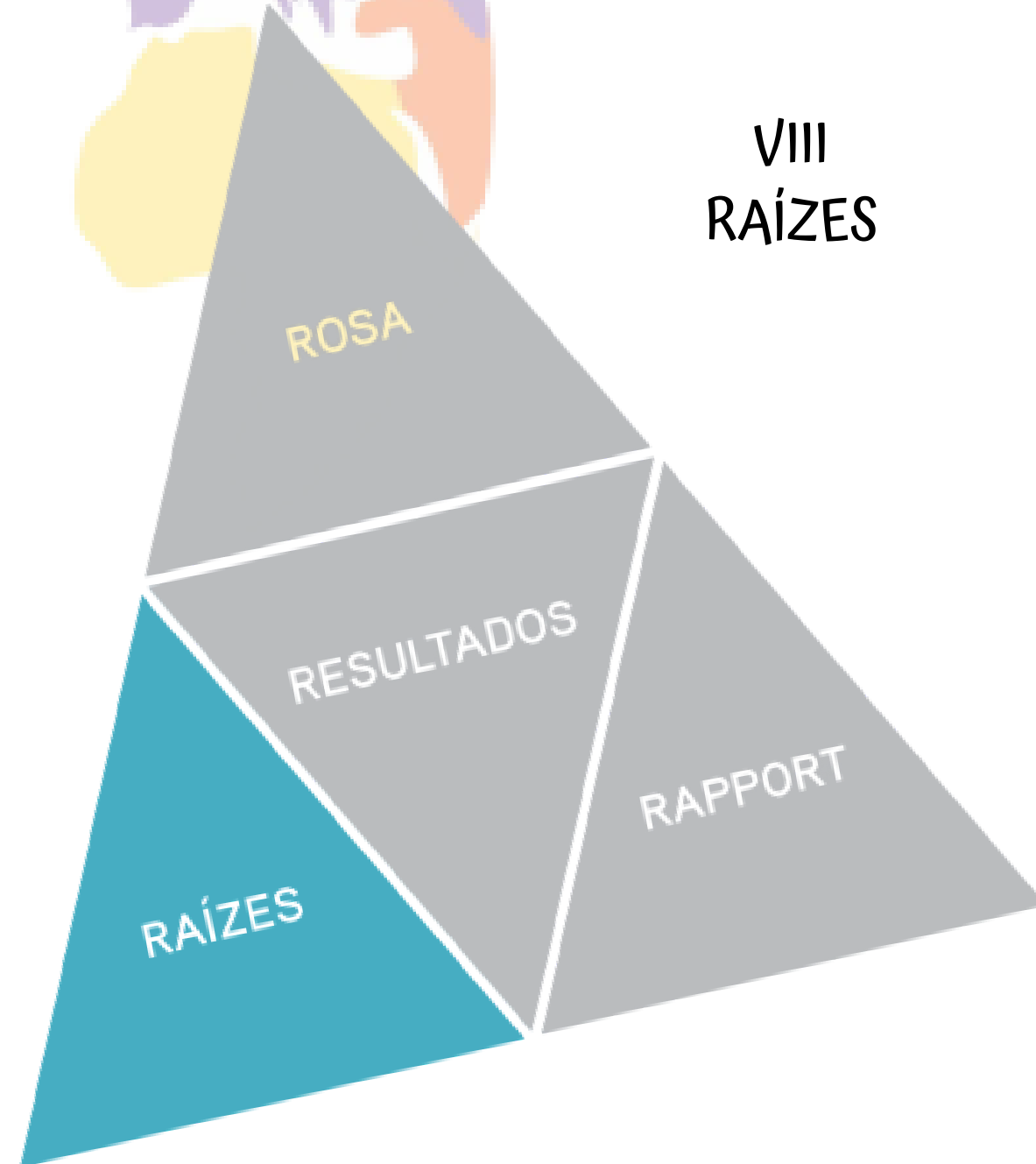
© TODO o conteúdo deste manual tem direitos de autor. Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste manual pode ser usada, reproduzida ou transmitida de alguma maneira sem a prévia autorização de Daniel Sá Nogueira ou World Coaching Organization.

## ÍNDICE AULA 9

- I TU JÁ ÉS COACH
- II OS 4 R'S DO COACHING
- III ROSA 1.0
- IV O QUE É COACHING?
- V PRESSUPOSTOS INTERNACIONAIS
- VI ROSA 2.0
- VII RAPPORT
- VIII **RAÍZES**



## VIII RAÍZES



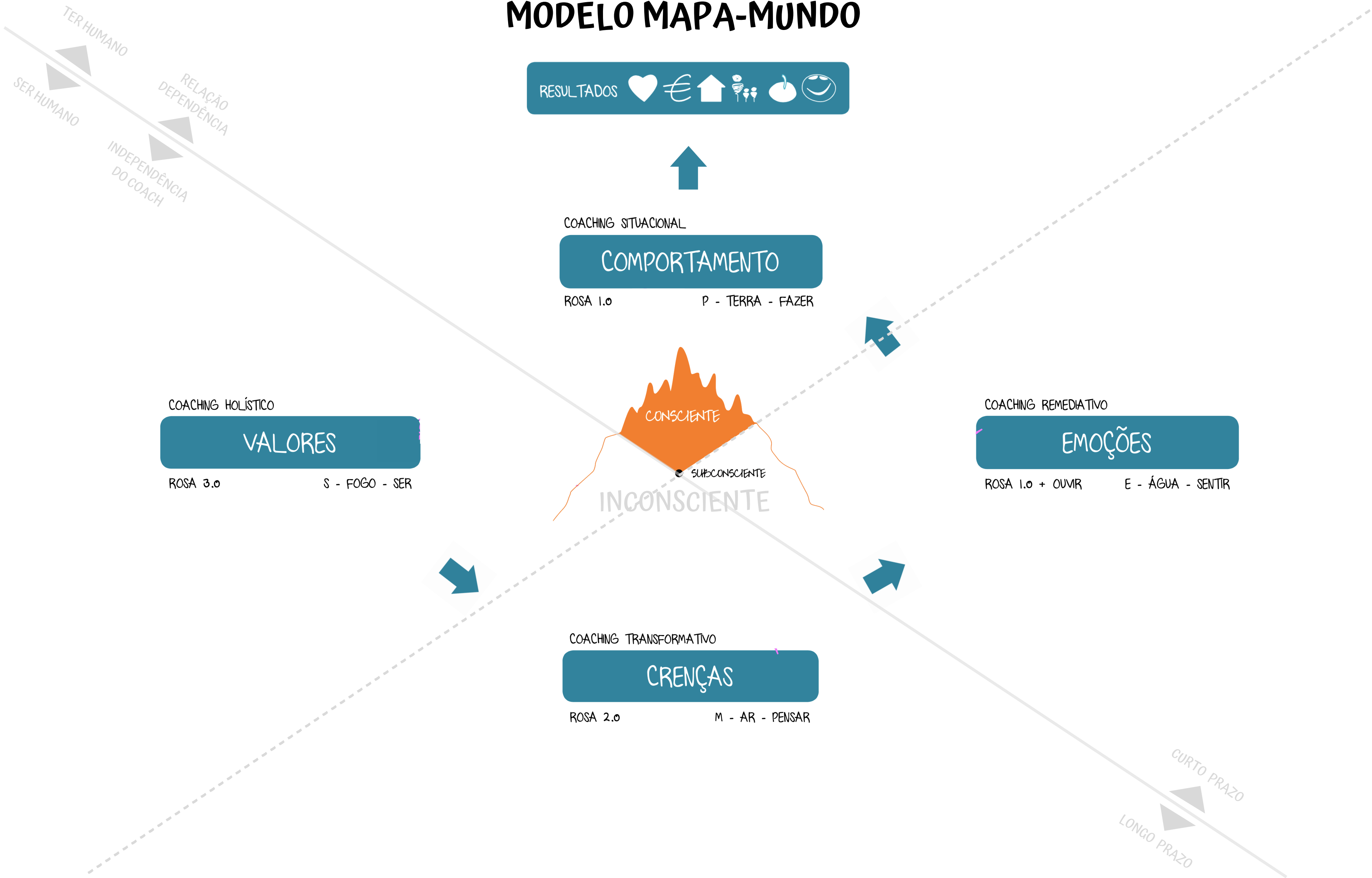
O **Modelo Mapa-Mundo** é um modelo que usamos para trabalhar raízes (as tuas raízes como Coach). Mostra-nos como funciona a psique de cada um de nós.

Como Coach, ninguém deve conseguir surpreender-te dizendo-te algo sobre ti que tu próprio não saibas. Deves conhecer-te bem, saber tudo sobre ti mesmo.

Isto é o que se chama de ser uma pessoa enraizada! Conheceres a ti mesmo e aos teus resultados, bem como os motivos pelos quais tens ou não tens certos resultados na tua vida.

**Então a 1ª pergunta é: Porque é que algumas pessoas estão a ter resultados numa determinada área, enquanto que outras não?**

# MODELO MAPA-MUNDO



## AÇÕES/COMPORTAMENTOS

Quem está a ter Resultados é porque está a “fazer”, ou seja, a ter comportamentos diferentes de outras pessoas que não têm resultados nessas áreas.

Por exemplo, um milionário FAZ coisas que pessoas que não são milionários não fazem. Nomeadamente: poupar, investir, etc.... Alguém com uma fantástica saúde está a FAZER coisas que pessoas que não têm uma boa saúde não fazem.

Ou seja, o que fazemos está a fazer a diferença. 2 pessoas nas mesmas circunstâncias que façam exatamente as mesmas ações têm o mesmo tipo de resultados.

As pessoas que têm esse resultado que tu queres ESTÃO A FAZER POR ISSO!

**Então a pergunta seguinte é: O que leva algumas pessoas a fazerem e outras não?**

## EMOÇÕES

Tudo o que fazes na tua vida é uma relação entre dor e prazer.

Tudo o que fazes na tua vida é uma relação entre dor e prazer.

O que acontece é que alguém que vai correr às 6h da manhã, associa mais dor a não ir do que a ir. Quem vai ao ginásio associa mais prazer do que dor a ir ao ginásio de manhã cedo. Essa relação entre dor e prazer é o que está a definir os teus resultados. Se aumentarmos a dor drasticamente ou o prazer conseguimos mudar os teus resultados.

**Então e o que define essa relação dor/prazer?**

## CRENÇAS

Por causa das nossas crenças, ou seja do que acreditamos.

As nossas crenças são o nosso conjunto de regras para o Mundo e para a nossa vida. O teu set de crenças, na realidade, está a definir a tua relação de dor/prazer com algo e logo, as tuas ações.

Por exemplo: Um milionário acredita que poupar é essencial, que investir e assumir risco é necessário. Este conjunto de crenças leva a que associe mais prazer do que dor a ter esses comportamentos e logo, a concretizá-los. Outras pessoas têm outras crenças que criam outras emoções, que criam outros resultados.

Pessoas que têm resultados em áreas que tu não tens, têm um sistema de crenças diferente do teu.

**E parece lógico perguntar, então o que está a definir e a criar o teu set de crenças?prática (no dia a dia) está a definir os teus resultados na vida.**

## VALORES

O que é um valor? É algo que é importante para ti, algo que tu valorizas. A única coisa que determina um valor é se é valioso para ti.

Valores tem a ver com o que tu realmente valorizas e não com o que tu dizes que valorizas. Com o que tu estás realmente a valorizar e não o que tu gostarias de valorizar.

Aquilo que cada um de nós valoriza, cria o seu set de crenças. E quanto vivemos os nossos valores na prática (no dia-a-dia) estamos a definir os resultados da nossa vida.

Todos temos os mesmos valores. O que difere é a ordem e a importância que damos a cada um deles. Por exemplo, se alguém tem o valor da família acima do valor do trabalho, irá ter a crença de que é mais importante despende tempo com a família, levando-o a desenvolver um sentimento positivo quando está com a família, o que o leva a procurar estar realmente mais tempo com a mesma.

Por outro lado, alguém que tenha o valor do trabalho acima do da família será alguém que acredita que deve despende mais tempo no seu trabalho e carreira, pois acredita que será isso que lhe vai trazer mais estabilidade financeira, por exemplo. Assim vai associar mais prazer ao tempo que passa no trabalho do que em casa, levando-o a agir segundo essa emoção.

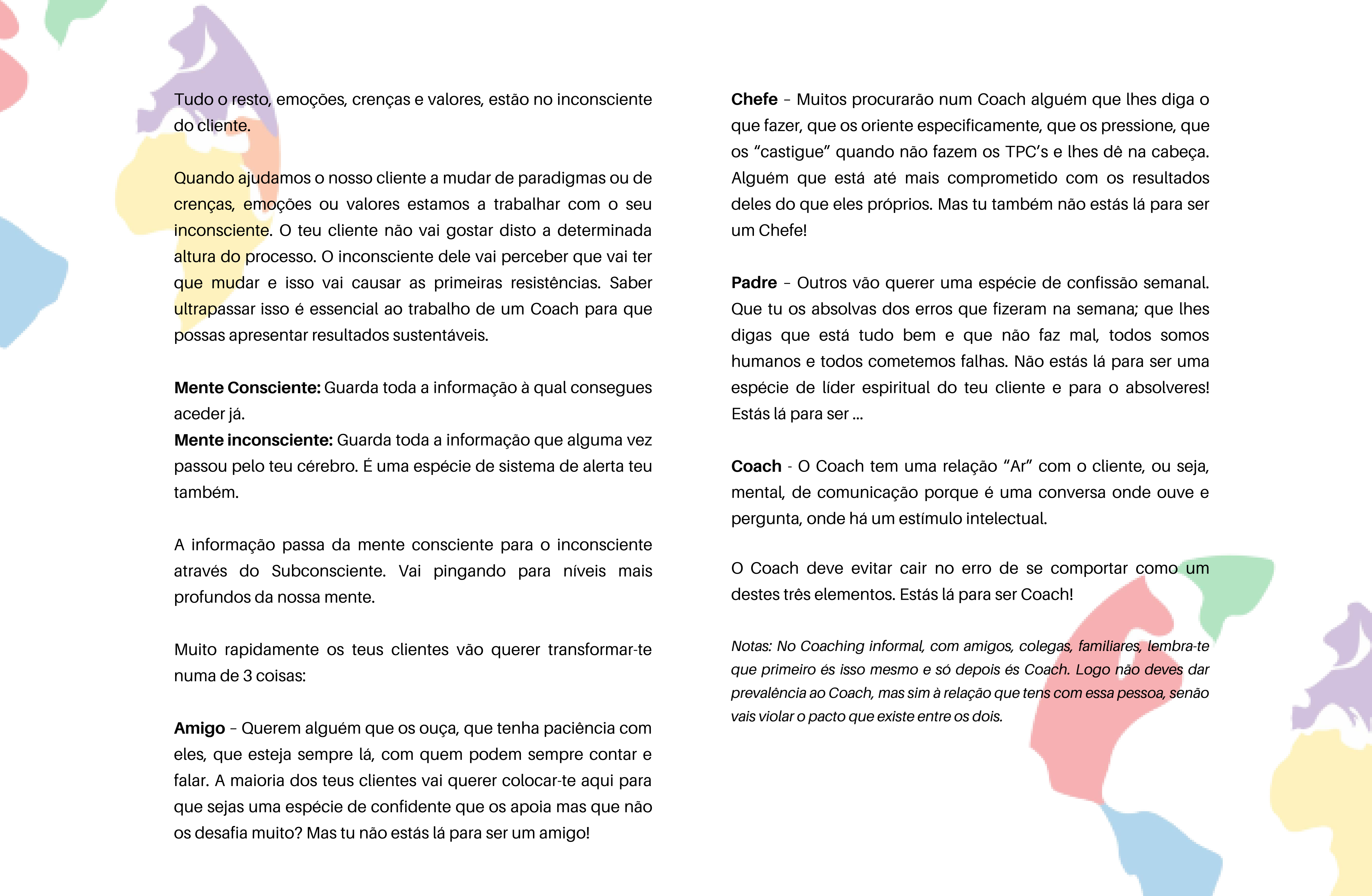
Por exemplo, Warren Buffet/Jeff Bezos e Madre Teresa de Calcutá: têm ou não valores diferentes? Os primeiros provavelmente valorizam mais a realização profissional; a segunda valoriza mais a contribuição. Resultados diferentes? Claro! Os primeiros têm dos maiores impérios empresariais do Mundo; a segunda deixou a maior organização de voluntários do Mundo!

Só isto já explica a uma boa parte da psique do ser humano... Mas vamos mais fundo.

## ICEBERG



Com a imagem do Iceberg, compreende-se que o comportamento é a parte consciente do ser humano e unicamente aquilo que o cliente consegue ver e analisar.



Tudo o resto, emoções, crenças e valores, estão no inconsciente do cliente.

Quando ajudamos o nosso cliente a mudar de paradigmas ou de crenças, emoções ou valores estamos a trabalhar com o seu inconsciente. O teu cliente não vai gostar disto a determinada altura do processo. O inconsciente dele vai perceber que vai ter que mudar e isso vai causar as primeiras resistências. Saber ultrapassar isso é essencial ao trabalho de um Coach para que possas apresentar resultados sustentáveis.

**Mente Consciente:** Guarda toda a informação à qual consegues aceder já.

**Mente inconsciente:** Guarda toda a informação que alguma vez passou pelo teu cérebro. É uma espécie de sistema de alerta teu também.

A informação passa da mente consciente para o inconsciente através do Subconsciente. Vai pingando para níveis mais profundos da nossa mente.

Muito rapidamente os teus clientes vão querer transformar-te numa de 3 coisas:

**Amigo** - Querem alguém que os ouça, que tenha paciência com eles, que esteja sempre lá, com quem podem sempre contar e falar. A maioria dos teus clientes vai querer colocar-te aqui para que sejas uma espécie de confidente que os apoia mas que não os desafia muito? Mas tu não estás lá para ser um amigo!

**Chefe** - Muitos procurarão num Coach alguém que lhes diga o que fazer, que os oriente especificamente, que os pressione, que os "castigue" quando não fazem os TPC's e lhes dê na cabeça. Alguém que está até mais comprometido com os resultados deles do que eles próprios. Mas tu também não estás lá para ser um Chefe!

**Padre** - Outros vão querer uma espécie de confissão semanal. Que tu os absolvas dos erros que fizeram na semana; que lhes digas que está tudo bem e que não faz mal, todos somos humanos e todos cometemos falhas. Não estás lá para ser uma espécie de líder espiritual do teu cliente e para o absolveres! Estás lá para ser ...

**Coach** - O Coach tem uma relação "Ar" com o cliente, ou seja, mental, de comunicação porque é uma conversa onde ouve e pergunta, onde há um estímulo intelectual.

O Coach deve evitar cair no erro de se comportar como um destes três elementos. Estás lá para ser Coach!

*Notas: No Coaching informal, com amigos, colegas, familiares, lembra-te que primeiro és isso mesmo e só depois és Coach. Logo não debes dar prevalência ao Coach, mas sim à relação que tens com essa pessoa, senão vais violar o pacto que existe entre os dois.*

## LINHA DIAGONAL CONTÍNUA

Esta linha mostra-nos que trabalhar a parte acima da linha, ou seja, os Comportamentos e/ou Emoções do cliente, é insustentável e a curto prazo. Neste caso só são trabalhadas as técnicas. Há resultados imediatos mas sem grande impacto e duração. Como por exemplo quando somos chamados para fazer palestras motivacionais ou teambuildings. As pessoas sentem-se melhor e fazem coisas, mas os resultados têm uma curta duração.

Isto não implica que esteja mal fazer Coaching baseado nestas duas áreas. Por exemplo, numa conversa rápida com um amigo podemos fazer um Coaching Situacional (dos comportamentos) com o intuito de levá-lo a fazer algo que tem adiado. Se a ação foi feita e era isso o pretendido, então fizeste o teu papel de Coach. O Coach Remediativo por vezes também é importante, que consiste em fazer com que a outra pessoa saia da sessão a sentir-se bem, a pensar mais positivo no momento, tenha tido oportunidade para digerir uma emoção.

Abaixo da linha contínua é onde se situa o trabalho mais profundo. Aquele que vai realmente ser sustentável e com resultados a longo prazo. É aqui que se trabalham os valores e as crenças, é onde se vai ao cerne da questão, onde de facto mudamos de paradigmas. O cliente, neste tipo de Coaching, altera as suas crenças e valores, tornando-se uma pessoa realmente diferente, ao contrário do que acontece acima da linha, onde só os comportamentos ou emoções são alterados, porém o cliente continua a ser o que era.

## 4 TIPOS DE COACHING

Com base nos 4 quadrantes criados pelas duas linhas diagonais, existem quatro tipos de Coaching:

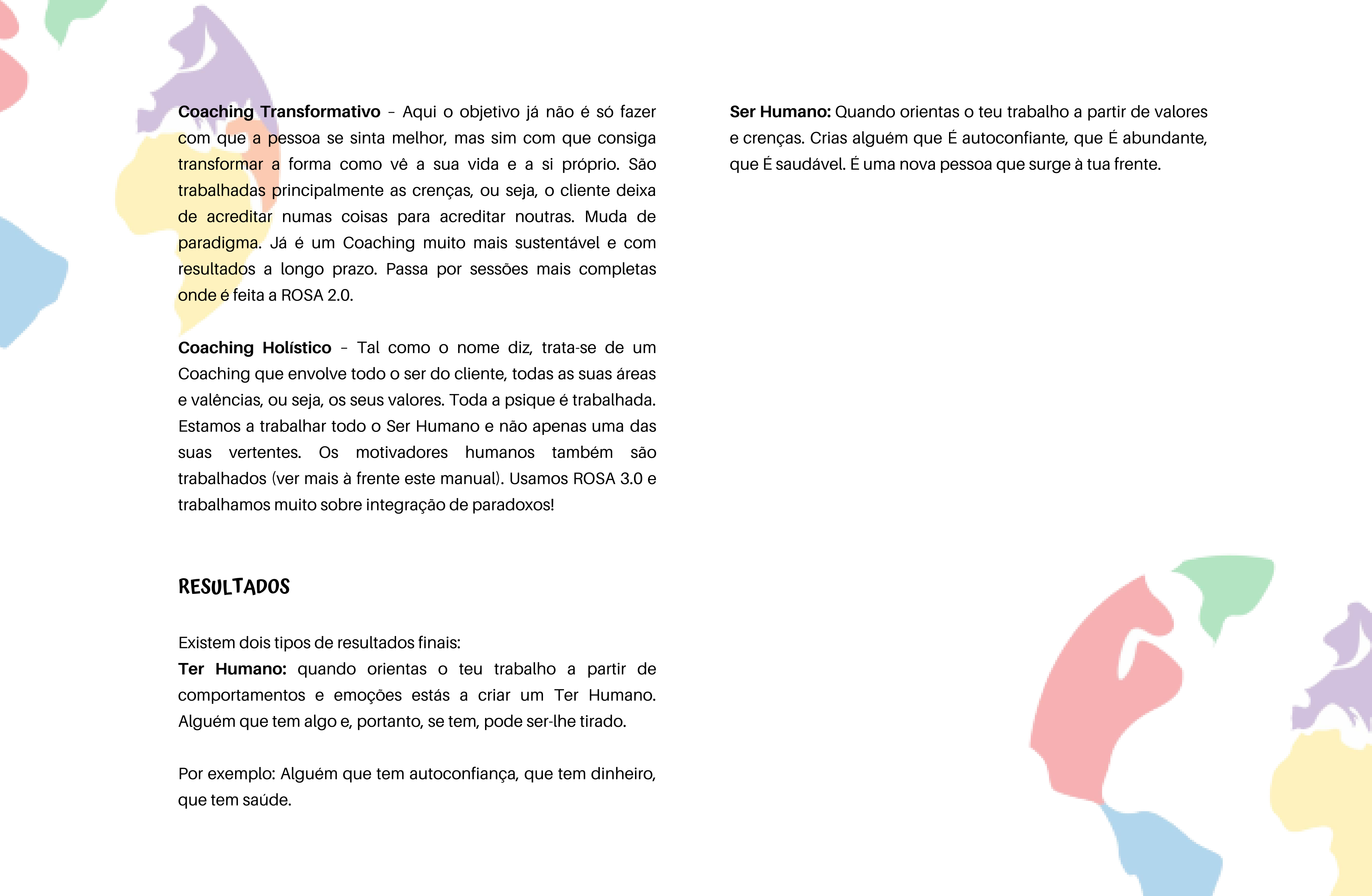
**Coaching Situacional** - Aquele que é feito imediatamente, na situação com o único objetivo de levar a uma ação. Geralmente consiste numa conversa rápida onde se faz uma ROSA 1.0. O teu cliente tem uma situação naquela semana que precisa mesmo de ser resolvida:

Por exemplo: uma proposta que precisa de apresentar; um exame para o qual tem que estudar. Não é mau coaching e, muitas vezes, é necessário. Só é um trabalho mais superficial

**Coaching Remediativo** - Tal como o nome diz serve para colocar um penso/uma pomada nas emoções. O Objetivo é que o cliente se sinta bem no final da sessão, sem se ir mais fundo. É a típica conversa onde o cliente desabafa e o teu único objetivo é fazê-lo sentir-se um pouco melhor. Por vezes pode ser só o que é necessário.

Por exemplo: naquela semana o teu cliente discutiu com alguém importante ou aconteceu algo que mexeu muito com as emoções dele. O teu primeiro foco deve ser ajudá-lo a desabafar e sentir-se melhor. Neste caso usamos ROSA 1.0 + Desabafo



A stylized world map is visible in the background, with continents represented by different colors: North America in light blue, South America in light green, Europe in light purple, Africa in light yellow, and Asia in light red. The map is partially obscured by the text blocks.

**Coaching Transformativo** - Aqui o objetivo já não é só fazer com que a pessoa se sinta melhor, mas sim com que consiga transformar a forma como vê a sua vida e a si próprio. São trabalhadas principalmente as crenças, ou seja, o cliente deixa de acreditar numa coisa para acreditar noutras. Muda de paradigma. Já é um Coaching muito mais sustentável e com resultados a longo prazo. Passa por sessões mais completas onde é feita a ROSA 2.0.

**Coaching Holístico** - Tal como o nome diz, trata-se de um Coaching que envolve todo o ser do cliente, todas as suas áreas e valências, ou seja, os seus valores. Toda a psique é trabalhada. Estamos a trabalhar todo o Ser Humano e não apenas uma das suas vertentes. Os motivadores humanos também são trabalhados (ver mais à frente este manual). Usamos ROSA 3.0 e trabalhamos muito sobre integração de paradoxos!

## RESULTADOS

Existem dois tipos de resultados finais:

**Ter Humano:** quando orientas o teu trabalho a partir de comportamentos e emoções estás a criar um Ter Humano. Alguém que tem algo e, portanto, se tem, pode ser-lhe tirado.

Por exemplo: Alguém que tem autoconfiança, que tem dinheiro, que tem saúde.

**Ser Humano:** Quando orientas o teu trabalho a partir de valores e crenças. Crias alguém que É autoconfiante, que É abundante, que É saudável. É uma nova pessoa que surge à tua frente.