

COACHING EDUCACIONAL E DOCÊNCIA CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO NA COORDENAÇÃO ESTADUAL DE UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS – SÃO PAULO INTERIOR

Antonio Francisco Magnoni¹; Aline Cristina Romagnoli²; Elaine Regiane Damaceno Ribeiro³; Luciana Galharo Batista Simon⁴; Luciane de Fatima Giroto Rosa⁵

¹Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Grupo de Pesquisa Games, Educação, Mídia e Sentido (Gems), dino@lecotec.org.br; ²Universidade Corporativa (CORREIOS), Coordenação Estadual de Universidade Corporativa (COUNI/SPI), aline.romagnoli@outlook.com; ³Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Grupo de Pesquisa Games, Educação, Mídia e Sentido (Gems), elainedamaceno@gmail.com; ⁴Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Grupo de Pesquisa Games, Educação, Mídia e Sentido (Gems), luciana.galharo.usc@gmail.com; ⁵Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Grupo de Pesquisa Games, Educação, Mídia e Sentido (Gems), lucianegiroto@hotmail.com

Resumo

O presente artigo narra a experiência de estudos ocorrida na Coordenadoria Estadual de Educação dos Correios em Bauru/SP, que teve como tema o *Coaching* Educacional. Essa metodologia mostrou-se adequada para análise do ambiente de ensino-aprendizagem corporativa e empresarial, para o desenvolvimento do autoconhecimento e a utilização de algumas de suas técnicas para aproximação do discente, empregados do quadro fixo da empresa nas ações de formação técnica. Dessa forma, o texto apresenta o conceito internacional de *coaching* relacionando-o com o de *coaching* educacional, uma discussão derivada da literatura sobre o tema, bem como os benefícios da utilização de uma concepção importada, para orientar o desenvolvimento dos profissionais da empresa. Na sequência, ocorre a contextualização do estudo no ambiente de instrutores da Superintendência São Paulo Interior, da Universidade Corporativa dos Correios. Descreve-se também a caracterização e objetivos dos instrumentos de divulgação do estudo, incluindo objetos de aprendizagem a distância e o questionário estruturado para a aferição dos resultados das ações do grupo. As discussões preliminares apontam que o tema era pouco conhecido, despertou nos participantes o interesse pela continuidade da pesquisa e sua aplicabilidade é de grande relevância para a prática docente em busca dos objetivos e dos resultados organizacionais.

Palavras-chave: Correios. *Coaching* Educacional. Docência Corporativa. Técnicas Educacionais.

1 INTRODUÇÃO: a dificuldade e a possibilidade

O presente estudo teve como local de pesquisa os Correios, empresa pública vinculada ao Ministério das Comunicações e que compõe, indiretamente, a Administração Pública Federal. A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos tem sua origem em 1663 e passou por

diversos momentos de modernização, procurando oferecer soluções de qualidade que satisfaça a necessidade dos clientes.

Pela presença em todos os municípios brasileiros, ela exerce relevante função de integração social levando o acesso postal e a oportunidade de comunicação com o mundo de norte a sul do país. Realiza três serviços de modo exclusivo: cartas, telegramas e correspondência agrupada (malote) por força de lei e atua no mercado concorrencial com a oferta de encomendas expressas, Banco Postal e outras soluções. (CORREIOS, 2018).

Os principais norteadores do artigo são a identidade corporativa da empresa pesquisada, que tem como Negócio: “Soluções que aproximam” e sua Visão de “Ser a primeira escolha do cliente em produtos e serviços oferecidos”¹ e a sustentabilidade financeira da instituição que não recebe aporte do Governo, tendo como fator de sobrevivência a busca pelo lucro.

Buscando alinhar-se às novas tendências de mercado internacional, os Correios vêm fortalecendo a parceria com o *e-commerce* brasileiro, sendo atualmente líder na logística do setor, respondendo por 40% do mercado nacional de entregas de encomendas (PEGN, 2017).

No estado de São Paulo, os Correios possuem dois órgãos de Gestão Operacional: a Superintendência Estadual de Operações São Paulo Metropolitana (SE/SPM), com sede em São Paulo capital e jurisdição nessa região e a São Paulo Interior (SE/SPI), com sede na cidade de Bauru, e jurisdição em todo o interior do estado e parte do litoral. A SE/SPI, que foi a região foco do presente estudo, conta atualmente com um número de 11.713 empregados ativos, dentre os quais 2.599 são mulheres e 9.120 são homens, exercendo funções gerenciais, técnicas e operacionais.

Contando com um órgão máximo de educação corporativa, a Universidade Corporativa dos Correios em Brasília, a empresa também possui estruturas regionais de educação em todas as outras Superintendências Estaduais. Os programas de educação têm como escopo a formação em assuntos técnicos e comportamentais alinhados à missão, visão e estratégias da empresa. A estrutura de educação da SE/SPI, denominada Coordenação Estadual de Universidade Corporativa (COUNI/SPI), conta atualmente com 14 instrutores do quadro fixo, além de duas posições de gestão e duas vagas administrativas, ambiente onde as ações descritas aqui foram realizadas.

Nos Correios, a busca por estratégias para o fortalecimento da empresa pública na liderança do setor logístico brasileiro é vital e compreende várias iniciativas incluindo-se o preparo dos empregados para lidar com o mercado concorrencial e as novas tecnologias de gestão da informação com o foco na oferta de soluções de logística. Para alcançar os objetivos estratégicos, dentre outras estratégias, torna-se prioritária a melhoria de formação dos empregados e das funções profissionais na empresa.

Ao docente corporativo, caberia o desafio de buscar a constante melhoria nos processos de ensino-aprendizagem proporcionando aos alunos diversos recursos conceituais e práticos para facilitar a compreensão do conteúdo e desenvolvimento da análise crítica das informações sobre o universo laboral e social brasileiro.

A partir de todo o contexto exposto, algumas questões se apresentaram à equipe de educação da SE/SPI: Quais conhecimentos/técnicas os docentes corporativos devem buscar para aprimorar o seu trabalho e potencializar o seu desempenho pedagógico entre os trabalhadores da organização?; Que tipos de repertórios didático-pedagógicos, com usos de

¹ Identidade Corporativa disponível em: <<http://www.correios.com.br/sobre-correios/a-empresa/quem-somos/identidade-corporativa>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

quais ferramentas, podem ajudar a disseminar temas e metodologias de ensino-aprendizagem com a ajuda de instrumentos de educação totalmente remota, semi-presencial ou virtual-interativa? Como diversificar os objetos e estratégias de aprendizagem para alcançar um público maior?

Desde 2016, a Universidade Corporativa da empresa desenvolve pela Escola de Liderança um programa de formação profissional para líderes e facilitadores de aprendizagem com a temática de *Coaching*, orientado por profissionais com formação do mercado na área. Consoante à relevância dessa temática, o presente artigo apresenta o desenvolvimento do grupo de estudos *Coaching* Educacional, como um recorte do processo de desenvolvimento dos instrutores da COUNI/SPI, a partir de ações propostas no Projeto de Acompanhamento da Ação Docente.

1.1 Justificativa: novos tempos exigem novas ações

A partir do pedido da gestão local para que fossem desenvolvidas ações que promovessem estudos e espaços de compartilhamento de temas voltados à Educação Corporativa, também em 2016, iniciou-se na área de educação de SPI o Projeto “Ação de Acompanhamento Docente”, com o objetivo de estimular a criação de grupos de estudos para o desenvolvimento de competências alinhadas às atribuições dos instrutores do quadro fixo dos Correios, que estão localizados na cidade de Bauru e Campinas/SP. Este grupo foi gerido por três instrutores e ofertado aos demais docentes do quadro fixo, de forma voluntária.

O tema *Coaching* Educacional foi levantado como um assunto pouco explorado entre o corpo de docentes corporativos da COUNI/SPI, durante os encontros e debates do Projeto “Acompanhamento da Ação Docente”. A presente narrativa descreve os avanços dos estudos sobre o assunto no setor educacional dos Correios da SE/SPI, o processo de elaboração de instrumentos de divulgação do tema aos pares, que foram: sessão dialogada de filmes; informativos e uma videoaula sobre *Coaching* Educacional, bem como o levantamento dos resultados preliminares da disseminação desses conteúdos.

1.2 Objetivo Geral

Apontar os principais resultados do estudo do grupo de estudos *Coaching* Educacional durante as atividades do Projeto “Acompanhamento da Ação Docente” na COUNI/SPI para a melhoria da prática docente em busca dos objetivos estratégicos da organização.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar diversos conceitos de *Coaching* encontrados na literatura dos últimos dez anos;
- Relacionar os conceitos de *Coaching* com a proposta de *coaching* Educacional;
- Demonstrar o processo de elaboração dos instrumentos de divulgação do tema utilizados pelo Grupo *Coaching* Educacional SPI;
- Discutir os resultados preliminares da disseminação da temática ao público-alvo do projeto.

2 METODOLOGIA DA PESQUISA: a escolha adequada para o objeto a ser descrito

A metodologia de pesquisa de um trabalho pode ser descrita como “(...) um instrumento pelo qual se especificam os caminhos a serem seguidos, delimitando assim o campo de pesquisa, de forma a expressar a realidade e seus fenômenos”. (ALVES, 2007, p. 61). Ainda dentro do campo metodológico, a delimitação do tema é de extrema importância e aqui, os autores detiveram-se ao *Coaching* Educacional e suas contribuições para a instrutoria nos Correios.

Outro momento importante do procedimento metodológico é a definição do espaço-tempo, universo e tipo da pesquisa, assim como os procedimentos utilizados para aferição dos resultados do estudo, que serão descritos a seguir. Quanto ao **espaço-tempo e participantes**, por meio de resposta a uma pesquisa, os instrutores definiram os eixos temáticos para serem trabalhados no ano 2017 no Projeto “Acompanhamento da Ação Docente”, e o *Coaching* Educacional surgiu como um tema a ser pesquisado.

Quanto ao **tipo de pesquisa**, optou-se pela pesquisa exploratória, utilizando-se um estudo de caso que para Alves (2007, p. 56) “trata-se de um estudo em profundidade [...] visando obter o máximo de informações que permitam o amplo conhecimento, o que seria impossível em outras pesquisas”. Decidiu-se também pelo levantamento bibliográfico sobre as temáticas *Coaching*, *Coaching* Educacional e Educação Corporativa para melhor compreensão dos conceitos. Alves também explicita que a pesquisa bibliográfica seria aquela que é:

(...) desenvolvida exclusivamente a partir de fontes já elaboradas – livros, artigos científicos, publicações periódicas [...]. Tem como vantagem cobrir uma ampla gama de fenômenos que o pesquisador não poderia contemplar diretamente”. (2007, p.55).

Quanto à **aferição de resultados**, para levantamento das percepções dos instrutores acerca das atividades aplicadas durante o ano de 2017 sobre *Coaching* Educacional, as autoras realizaram uma pesquisa quantitativa, por meio de um formulário estruturado na ferramenta *Google Forms*² (Alves, 2007, p. 58). O formulário, composto por três questões de múltipla escolha, foi encaminhado por e-mail corporativo e pelo aplicativo de mensagens *whatsapp* para todos os instrutores do quadro fixo em 28/11/2017, estabelecendo-se como prazo final para as respostas a data de 30/11/2017. A **tabulação das respostas** foi obtida por meio de *download* automático do formulário *Google Forms*, resultados estes que são descritos na discussão dos resultados, ao longo do texto.

3 REFERENCIAL TEÓRICO: *Coaching* e *Coaching* Educacional

Segundo Wolk apud Ferraz (2009, p.14), a origem do conceito de *Coaching* vem do mundo esportivo americano desde meados dos anos 80 e:

A palavra *coaching* vem do inglês que significa treinar, direcionar ou ensinar, ou seja, expressa um caminho a ser seguido. O *coaching* pela estrutura da sua palavra deixa claro que é um processo de aprendizagem contínua para a pessoa ou grupo que está sendo orientado. Sendo assim, a ferramenta de *coaching* é utilizada tanto no meio esportivo como no meio organizacional, para potencializar não só os jogadores, mas também os colaboradores das empresas.

² Formulários Google disponível em: <<https://www.google.com/forms/about/>>. Acesso em 19 dez. 2017.

O *Coaching* Esportivo atuaria na orientação dos atletas com foco na melhoria do equilíbrio emocional e maximização do desempenho nas competições. Assim, também suas ferramentas poderiam colaborar com o direcionamento dos colaboradores de uma empresa em relação à melhoria de resultados e a lidar com as emoções no trabalho.

Para Santos (2012, p. 21), *coaching* pode ser definido como “(...), um contexto, uma metáfora que possibilita mudança de onde uma pessoa está para onde ela quer chegar, de quem ela é para quem ela quer ser”. Num ambiente em que observa-se o desejo crescente de conciliar diferenças entre os colaboradores e acelerar o crescimento individual como força motriz das organizações, os programas de *coaching* encontram grande abertura para essa realidade dinâmica, promovendo a escuta e a tolerância nos relacionamentos.

Assim, segundo a literatura especializada no assunto, a metodologia *Coaching* traz inúmeros benefícios para os empregados de uma empresa, como o aumento da produtividade prezando a sustentabilidade e a qualidade de vida; maior assertividade nas tomadas de decisões, foco e planejamento; podendo incentivar a melhoria dos relacionamentos interpessoais, o autoconhecimento, o autodesenvolvimento culminando em um melhor desempenho profissional (SLAC, 2017).

No mercado, observa-se que as escolas e profissionais de *coaching* estão atuando com o objetivo de orientar e desenvolver as pessoas. Essa atuação tem a característica de apoiar o outro com ferramentas para a identificação, planejamento e atingimento de seus objetivos pessoais e profissionais. Dessa forma, a educação corporativa, como outras ciências, procura apropriar-se das mecânicas e ferramentas do *coaching* transpondo para o universo de desenvolvimento de competências os seus principais ensinamentos.

Aderente às das escolas Behavioristas, que segundo Azevedo (2016), entendem que “o Behaviorismo, como uma escola de pensamento, destaca a importância do comportamento externo dos seres humanos” surge a possibilidade da exploração da temáticas *Coaching* como ferramenta para mudança de comportamento. Assim para Santos, o *Coaching* Educacional tem o objetivo de:

Projetar um novo design com ações pedagógicas poderosas sustentadas para aprender a aprender, aprender a conhecer, o aprender a fazer, aprender a viver e aprender a ser facilitando o desenvolvimento de lideranças com uma visão transdisciplinar.” (SANTOS, 2012, p. 90).

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir do avanço sistemático dos estudos acerca do *Coaching* Educacional, as autoras optaram pela construção de diversos objetos de aprendizagem, valendo-se de tecnologias já disponíveis no ambiente pesquisado (correio eletrônico – e-mail; aplicativo *WhatsApp* e programa de reprodução de vídeos *Windows Media Player*).

4.1 Primeiro objeto de aprendizagem - Cine fórum

O grupo de estudo *Coaching* Educacional escolheu, como primeira oportunidade de discussão sobre o tema, o filme “Como treinar o seu dragão” porque representava a possibilidade de abordar o estabelecimento do *rapport*, ou seja, criar empatia nos relacionamentos. Após a apresentação da obra, as autoras conduziram uma discussão dirigida

sobre crenças limitantes, pertencimento, estudo/observação, inovação, habilidade e propósito da docência corporativa, com o objetivo do grupo conversar sobre os elementos presentes no filme que seriam aplicáveis ao seu cotidiano como professores empresariais. Na época, 13 instrutores participaram da discussão e tiveram a oportunidade de falar sobre as suas dificuldades de relacionamento com os alunos na prática da docência corporativa em sala de aula presencial e no Ambiente Virtual de Aprendizagem, atuando como tutores virtuais.

4.2 Segundo objeto de aprendizagem – Informativos didáticos

Quatro informativos com escrita leve e bem humorada foram elaborados e encaminhados quinzenalmente pelo e-mail corporativo, ao quadro de instrutores da COUNI/SPI, com o objetivo de disseminação dos temas mais recorrentes na literatura sobre *Coaching* Educacional. A publicação foi distribuída entre os meses de maio a julho de 2017, abordando os seguintes temas:

1. visão geral sobre a Projeto “Acompanhamento da Ação Docente”;
2. conceitos básicos de *Coaching* Educacional resgatando temas discutidos na sessão de cine fórum;
3. abordagem da técnica de *Rapport*, para o estabelecimento de sintonia na relação professor-aluno;
4. portfólio de filmes que abordam pressupostos do *Coaching* em diferentes contextos, para aprofundamento no tema.

4.3 Terceiro objeto de aprendizagem - Videoaula

A temática *Coaching* Educacional foi abordada ainda por meio da disponibilização de uma videoaula, produzida na COUNI/SPI com recurso de aparelho celular (*smartphone*) para captação de imagem e som e *software* Windows Movie Maker para edição de imagens.

A videoaula teve a duração total de 20 (vinte) minutos, sendo 10 (dez) minutos dedicados ao conteúdo *Coaching* Educacional e 10 (dez) minutos para realização de uma atividade utilizando a ferramenta “Análise do Campo de Forças”, que é considerada uma ferramenta de diagnóstico para mapeamento de forças impulsionadoras e de resistência que podem atuar sobre um projeto/plano/proposta.

Essa videoaula foi disponibilizada para acesso virtual e também foi oferecida uma sessão presencial para os interessados, na sede da área de educação em Bauru/SP. Houve posterior discussão sobre a ferramenta Análise do Campo de Forças onde cada instrutor teve a oportunidade de falar sobre a compreensão da mesma e eventuais dificuldades de utilização para melhoria dos seus resultados enquanto profissional de educação.

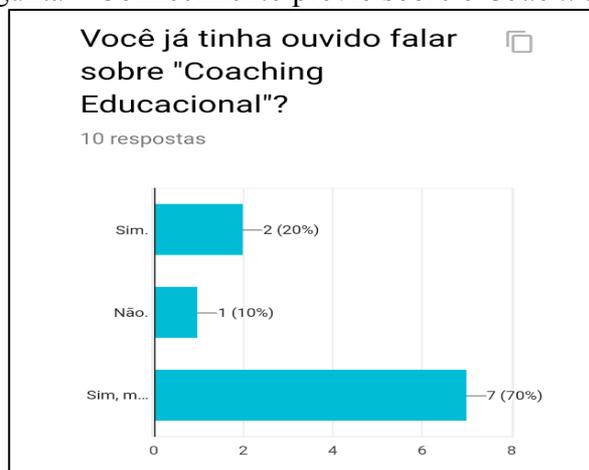
4.4 Questionário: bom índice de respostas

Após a disponibilização dos objetos de aprendizagem descritos acima, as autoras aplicaram um questionário estruturado para todos os instrutores do quadro fixo da COUNI/SPI, com o objetivo de identificar: qual era o grau de conhecimento sobre o tema *Coaching* Educacional antes das ações desenvolvidas; se as atividades despertaram o interesse para aprofundamento no tema; e como era a percepção dos instrutores quanto à relevância das técnicas de *Coaching* na prática docente.

Dos 16 formulários de pesquisa elaborados por meio do *Google Forms* e encaminhados para os empregados que participaram das atividades do grupo de estudo, houve o retorno de 10, ou seja, um percentual de 62,5% de respostas. Os resultados demonstraram

que 7, ou seja, 70% dos respondentes já tinham ouvido falar sobre *Coaching* Educacional, mas não sabiam muito a respeito; enquanto que 2, ou seja, 20% já tinham ouvido falar e conheciam o assunto; e 1, ou seja, 10% não tinham ouvido falar sobre o tema, conforme gráfico 1, abaixo:

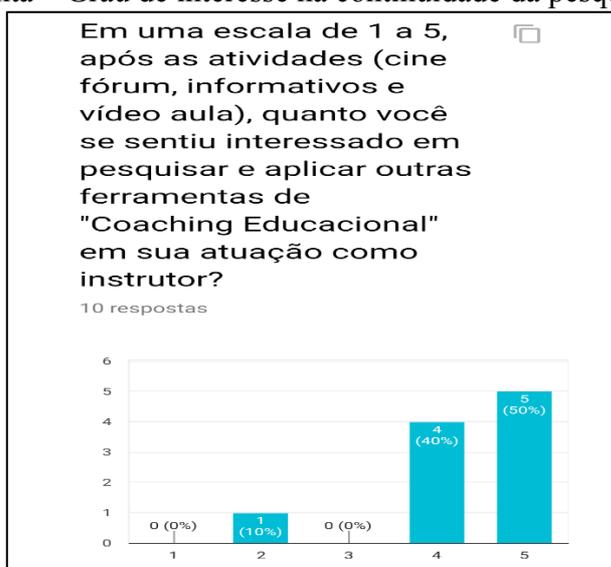
Gráfico 1 – 1ª. Pergunta – Conhecimento prévio sobre o *Coaching* Educacional



Fonte: Próprios Autores

Com o objetivo de avaliar quão satisfatórias foram as atividades desenvolvidas, despertando o interesse dos participantes para pesquisas futuras sobre o tema *Coaching* Educacional, as autoras questionaram os participantes, utilizando uma escala de 1 a 5, onde 1 correspondia à “Desinteressado” e 5 à “Muito Interessado”. As respostas obtidas mostraram que 5, ou seja, 50% dos respondentes se mostraram “Muito Interessados” em relação às atividades, com probabilidade de pesquisas futuras sobre o tema para uso em sala de aula; enquanto que 4, ou seja, 40% mostraram-se “Interessados”; e 1, ou seja, 10% mostrou-se “Pouco Interessados”, conforme gráfico 2:

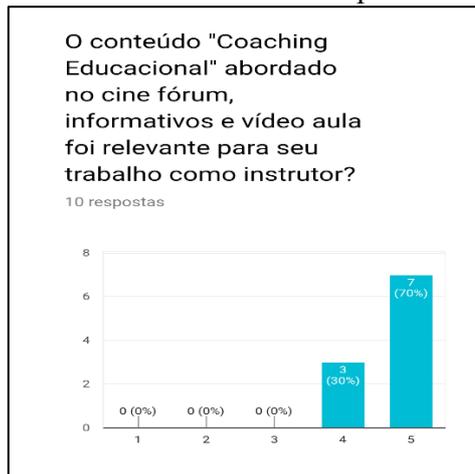
Gráfico 2 – 2ª. Pergunta – Grau de interesse na continuidade da pesquisa sobre o tema



Fonte: Próprios Autores

Em relação ao nível de relevância do tema, foi utilizada uma escala de 1 a 5 onde 1 correspondia à “Pouco Útil” e 5 à “Muito Útil”, que demonstrou que 7, ou seja, 70% (setenta por cento) dos respondentes perceberam o tema *Coaching* Educacional como “Muito Útil/relevante” para sua atuação como instrutor; e 3, ou seja, 30% (trinta por cento) perceberam o tema como “Útil”, conforme demonstrado no gráfico 3:

Gráfico 3 – 3ª. Pergunta – Relevância do assunto para a atuação na docência



Fonte: Próprios Autores

4.5 Discussões e proposituras

Avalia-se assim, por meio do instrumento de pesquisa, que dentre os instrutores havia em média, algum nível de conhecimento mesmo que superficial sobre *Coaching* Educacional, pois apenas um respondente alegou não ter ouvido falar sobre o tema. Dessa forma, pode-se inferir que a necessidade de abordar o assunto foi comprovada pelo instrumento e com todas as atividades desenvolvidas pelo grupo, atendeu-se à um alinhamento com o programa de *Coaching* desenvolvido pela Escola de Liderança – Universidade Corporativa, sobre o conhecimento das técnicas e benefícios da metodologia.

Segundo os resultados do questionário, os participantes demonstraram, em sua maioria, “muito interessados” ou “interessados” em relação às atividades desenvolvidas para disseminação do conteúdo, revelando interesse em pesquisar o tema em outras oportunidades para a prática da docência corporativa evidenciando assim como as atividades conduzidas pelo grupo de estudo despertaram o interesse dos respondentes no aprofundamento sobre o assunto *Coaching* Educacional.

Corroborando a relevância do tema levantado por estas autoras durante este estudo, o resultado da última questão aponta que todos os pesquisados consideraram o conteúdo *Coaching* Educacional como “Útil” ou “Muito Útil” para o trabalho como instrutor, o que confirma o levantamento do tema como de grande pertinência para o aprimoramento do desempenho dos professores empresariais.

5 Considerações Finais: tema relevante e promissor

Diante dos inúmeros desafios que o mercado concorrencial, os efeitos socioeconômicos das sempre atualizadas tecnologias digitais e o crescimento brasileiro do *e-commerce* apresentam às empresas no mundo capitalista, os Correios ainda lidera o novo segmento no mercado interno, o que demanda a manutenção de uma enorme logística de distribuição e de entregas domiciliares de mercadorias. Dessa forma, é preciso investir continuamente em estratégias corporativas para melhorar a qualidade e o rendimento do trabalho realizado pelos seus quadros profissionais e a eficiência de suas muitas atividades operacionais e ações político-administrativas que irão propiciar melhoria dos resultados financeiros imediatos e conservar a solidez e a tradição dos Correios como empresa pública rentável, eficiente e socialmente indispensável.

A busca por ferramentas de comunicação e a disseminação de ações empresariais de ensino-aprendizagem remotas, semi-presenciais ou virtual-interativas se torna um importante aliado no processo de Formação e Desenvolvimento dos empregados das organizações públicas, privadas e de terceiro setor.

Dessa forma, a partir do Projeto “Acompanhamento da Ação Docente” iniciado em 2016, a COUNI/SPI buscou desenvolver inúmeras atividades para o aprimoramento de temas educacionais emergentes entre o corpo de instrutores fixos. O grupo de estudos *Coaching* Educacional debruçou-se sobre o assunto, elaborou e disseminou inúmeros objetos de aprendizagem para a socialização das temáticas de *Coaching* entre o grupo de docentes corporativos locais, promovendo Cine Fórum, informativos e videoaula.

Os resultados obtidos e demonstrados no presente estudo indicam que havia a lacuna de conhecimento sobre o assunto e suas potencialidades; o interesse em continuar pesquisado o tema, que é vasto; e a percepção sobre sua relevância na prática docente corporativa.

Os diálogos e as atividades realizadas pelos docentes da Universidade Corporativa dos Correios, sobre os potenciais corporativos do *Coaching* Educacional mostram-se ser pertinentes e capazes de municiar os docentes com conceituação, metodologias e instrumentos didático-pedagógicos para atuar no processo de ensino-aprendizagem com alunos-trabalhadores, fazendo-os exercitarem as suas habilidades e desenvolver as suas potencialidades de aprendizado, tanto no sentido repertorial, quanto de seus conhecimentos, quanto de suas ações profissionalizantes.

O artigo que apresentamos não teve a pretensão de esgotar a temática em uma ação localizada e específica, mas de buscar mais interlocução especializada sobre os objetos tratados, para que possam subsidiar novas pesquisas sobre o assunto.

Referências

- ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias: um roteiro passo a passo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- AZEVEDO, Tiago. **Diferenças entre funcionalismo e behaviorismo**. 2016. Disponível em: <<http://psicoativo.com/2016/09/diferencas-entre-funcionalismo-e-behaviorismo.html>>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- CORREIOS. **Quem somos**. 2018. Disponível em: <<http://www.correios.com.br/sobre-os-correios/a-empresa>>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- FERRAZ, Gustavo Foizer. **Coaching como ferramenta para o desenvolvimento de equipe**. Monografia apresentada no curso de Administração. UNICEUB/Brasília/DF. 2009. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/10031/1/20782185.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

PEGN - PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Correios fortalece parceria com e-commerce brasileiro.** Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Publicidade/Correios/noticia/2017/11/correios-fortalece-parceria-com-e-commerce-brasileiro.html>. Acesso em 06 dez. 2017.

SANTOS, Graça. **Coaching Educacional: ideias e estratégias para professores, pais e gestores que querem aumentar seu poder de persuasão e conhecimento.** São Paulo: Ed. Leader, 2012.

SLAC - SOCIEDADE LATINO AMERICANA DE *COACHING*. **Benefícios do Coaching.** Disponível em: <https://www.slacoaching.com.br/beneficios-do-coaching>. Acesso em 06 dez. 2017.

TEIXEIRA, Bruna Schoenberger; *et al.* **Taxonomia de Bloom como instrumento da prática avaliativa na educação.** Disponível em: <http://www.nutes.ufrj.br/abrapec/ixenpec/atas/resumos/R0453-1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2017.

COACHING EDUCACIONAL E DOCÊNCIA CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO NA COORDENAÇÃO ESTADUAL DE UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS – SÃO PAULO INTERIOR

Abstract

This article describes the experience of studies carried out in the State Coordination of Education of the Post Office in Bauru / SP, which had the theme of Educational Coaching. This methodology proved to be adequate for the analysis of the corporate and business teaching-learning environment, for the development of self-knowledge and the use of some of its techniques to approach students, employees of the company's fixed framework in technical training actions. Thus, the text presents the international concept of coaching relating it to the one of educational coaching, a discussion derived from the literature on the subject, as well as the benefits of using an imported design, to guide the development of the professionals of the company. In the sequence, the context of the study in the environment of instructors of the Superintendence São Paulo Interior, of the Corporate University of the Post Office occurs. We also describe the characterization and objectives of the study dissemination tools, including distance learning objects and the structured questionnaire for measuring the results of the group's actions. The preliminary discussions point out that the theme was not well known, it aroused in the participants the interest for the continuity of the research and its applicability is of great relevance for the teaching practice in search of the objectives and the organizational results.

Key words: Post office. Educational Coaching. Corporate Teaching.