**FACULDADE PATOS DE MINAS**

**DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**RANNA KAROLYNA VELOSO SILVA**

**A CONTRIBUIÇÃO DO COACHING NO CRESCIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA**

**PATOS DE MINAS**

**2017**

**FACULDADE PATOS DE MINAS**

**DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**RANNA KAROLYNA VELOSO SILVA**

**A CONTRIBUIÇÃO DO COACHING NO CRESCIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito para conclusão do Curso de Graduação em Administração e obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador (a): Prof. Esp. Cíntia Cristina Moura

**PATOS DE MINAS**

**2017**

**DEDICO** este trabalho a todos que me acompanharam do início ao fim deste meu trajeto, dando forças e incentivando, afinal o apoio é essencial para se conquistar o que tanto almejamos.

*“Coaching é uma relação de parceria que revela/liberta o potencial das pessoas de forma a maximizar o desempenho delas. É ajudá-las a aprender ao invés de ensinar algo a elas...”*

*Timothy Gallwey*

**TABELA DE QUADRO**

[Quadro 1 13](#_Toc499427558)

SUMÁRIO

[**1. INTRODUÇÃO** 2](#_Toc499427344)

[**2. REFERENCIAL TEÓRICO** 3](#_Toc499427345)

[2.1. O PAPEL DO COACHING NAS ORGANIZAÇÕES 3](#_Toc499427346)

[2.2. COACHING COMO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO 5](#_Toc499427347)

[2.3. A IMPORTÂNCIA DO PROFISSIONAL DE COACHING 7](#_Toc499427348)

[2.4. COACHING X PSICOLOGIA 8](#_Toc499427349)

[**3. METODOLOGIA** 9](#_Toc499427350)

[**4. RESULTADOS E DISCUSSÃO** 10](#_Toc499427351)

[**5. CONSIDERAÇÕES FINAIS** 15](#_Toc499427352)

[**6. REFERÊNCIAS** 16](#_Toc499427353)

**A CONTRIBUIÇÃO DO COACHING NO CRESCIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA**

Ranna Karolyna Veloso Silva [[1]](#footnote-1)

Cíntia Cristina Moura [[2]](#footnote-2)

**RESUMO**

O presente artigo tem por objetivo Compreender a importância do coaching organizacional como agente desenvolvedor no crescimento organizacional. Este é o principal objetivo deste trabalho, onde foram trazidos autores que delimitam o assunto abordado com muito zelo e interesse para demonstrar a importância de se conhecer o coaching e o que ele promove nas organizações. Como método foi utilizado uma pesquisa tendo por base a revisão sistemática, sendo então encontrados 44 artigos do Google Acadêmico e utilizados 17 que se encaixaram com o tema abordado. Conclui-se que o coaching ainda é pouco conhecido pelas empresas e que muitos profissionais não procuram o serviço de um especialista em coaching por pensar que eles podem tomar o seu lugar na empresa. É importante que se perceba a necessidade de se contratar um profissional de coaching, para que este trabalhe métodos que levam os colaboradores a se desempenharem melhor e conseguirem o tão esperado sucesso profissional.

**Palavras-chave:** Coaching, Crescimento Organizacional, Sucesso.

# 1. INTRODUÇÃO

O coaching tem um grande papel nas organizações, pois ele se compromete a ajudar os seus clientes, contribuindo com apoio para que ele consiga atingir as suas metas, sejam elas pessoais ou em conjunto. Através do processo de coaching os colaboradores de uma organização se sentem mais determinados e motivados a alcançar os seus objetivos, existe um enorme interesse e colaboração no desempenho das funções (REZENDE et al., 2015).

O profissional de coaching é contratado para ajudar na busca de uma meta, incentivando o seu cliente e encontrando alternativas para que ele vença os obstáculos que apareçam no decorrer do processo. É neste sentido, que o presente trabalho apresenta como tema: “A contribuição do coaching no crescimento das organizações: uma revisão sistemática”.

A escolha do tema se justifica por procurar apresentar os diversos motivos que contribuem para a contratação de um profissional em coaching e a sua real participação no desenvolvimento dos seus clientes e alcance de objetivos pessoais e da organização.

O objetivo geral deste estudo é compreender a importância e contribuição do coaching para o desenvolvimento das organizações. E tem como objetivos específicos: compreender o conceito de coaching; resenhar estudos que mostram a importância do coaching organizacional para o desenvolvimento das pessoas que fazem parte de uma organização.

Sabemos que o coaching é um grande influenciador para que as pessoas desenvolvam seus medos e busquem a melhoria de suas experiências para alcançar os seus objetivos. Por isso, este artigo busca responder o seguinte problema de pesquisa: “Como o coaching organizacional influência no desempenho das organizações?”.

E apresenta a seguinte hipótese: o coaching é uma ferramenta de grande utilidade para alavancar os resultados empresariais, trazendo retornos para a organização e trabalhando com metas de incentivos aos funcionários. Podemos então concluir, que o coaching auxilia os seus clientes na busca de suas metas e com isso compete a ele agregar benefícios para a organização.

# 2. REFERENCIAL TEÓRICO

## 2.1. O Papel do Coaching nas Organizações

Para se alcançar resultados o coaching busca elevar o desempenho de uma pessoa ou um grupo de pessoas, procurando sempre encontrar resultados através de metodologias, ferramentas técnicas cientificamente validadas contando com a ajuda de coach e coachee.

Segundo Silva e Porto (2009), o ambiente organizacional é conhecido como aquele ambiente de atuação importante nas ações da organização. Ou seja, é aquele ambiente de trabalho onde, de um lado, no topo hierárquico, temos os executivos que direcionam o estabelecimento e, de outro, temos os funcionários que fazem o trabalho acontecer, seja com suas habilidades físicas, habilidades humanas ou habilidades intelectuais.

Atualmente podemos perceber que cada vez mais as pessoas se afastam de seus trabalhos por problemas, sejam eles pessoais ou até mesmo psicológicos. Para tentar controlar esses problemas, os empreendedores procuram a ajuda de coaching, pois eles conseguem melhorar o desenvolvimento das pessoas em um pequeno espaço de tempo, contribuem também para que os funcionários busquem tratamentos que ajudem a enfrentar os problemas com outra visão (KARAWEJCZYK; CARDOSO, 2012).

Segundo Karawejczyk e Cardoso (2014), podemos citar alguns pontos positivos do coaching, como por exemplo: o especialista dessa área é capaz de modificar indivíduos de diferentes setores, instigando-os de forma com que sejam mais centrados em alcançar os objetivos propostos de forma eficiente, criando, assim, um sentimento de satisfação e felicidade. Atualmente, atuar como coach possibilita uma maior autossuficiência e estabilidade financeira.

Coach é um profissional que surgiu atualmente como um orientador de apoio através de um processo para que as pessoas consigam melhorar seus objetivos, obtendo resultados satisfatórios no que fazem. (GADELHA; TEODORO, 2014). Com isso, as empresas estão cada vez mais requisitando profissionais bem sucedidos, empreendedores e recém-formados. O Coach teve o seu surgimento no mundo empresarial brasileiro e atualmente é considerada peça chave para que as organizações desenvolvam com potencialização de talentos profissionais e buscando cada vez mais resultados definidos e mensuráveis (GADELHA; TEODORO, 2014).

Surgem novas competências tanto para o coach (treina e desenvolve) quanto para seu cliente, o coachee (conhecido como aquele que é treinado), através do processo de coaching. Há de se observar que o processo de coaching é mais que um treinamento; o coach permanece em contato com seu cliente até que ele consiga atingir seus resultados. Dar poder para as pessoas produzirem utilizando ações que ajudem em busca de resultados (GASPAR; PORTÁSIO, 2009).

De acordo com Lange e Karawejczyk (2014), a palavra coach teve sua origem entre os séculos XV e XVI, em uma cidade húngara chamada Kocs. Essa origem se deu após terem desenvolvido uma carruagem coberta que era conhecida por Koczi. Essa carruagem foi feita pensando principalmente por proteger os habitantes que eram transportados de um lugar para outro. Desde então essas palavras foram desenvolvidas ao longo do tempo, dando origem a outras definições.

O coaching organizacional pode ser aplicado em qualquer tipo de empresa, não sendo estabelecida a implementação apenas para coaching individual ou de equipes de executivos e de grandes corporações, é possível que seja trabalhado o coaching até com proprietários e diretores de pequenas empresas que precisam trabalhar sua forma como liderar sua equipe e garantir métodos para se destacar no mercado (ZEUS e SKIFFINGTON, 2005, apud ALMEIDA, 2011, p. 28).

## 2.2. Coaching como processo de Desenvolvimento

Segundo Neves (2011) através do processo de desenvolvimento que o coaching trabalha nas organizações, tanto aquele que treina e desenvolve quanto aqueles que são treinados, vão adquirindo competências com o passar do tempo, já que o propósito do coaching é acompanhar o seu treinando até que ele consiga alcançar os resultados que lhe foram propostos.

Uma das maiores e mais complicadas invenções que aconteceram no mundo até hoje foi à tecnologia, pois ela passa por eventuais mudanças ao passar do tempo, e para acompanhar essas mudanças é preciso que as pessoas procurem ficar cada vez mais atualizadas, buscando sempre o conhecimento.

Pensando nisso as organizações estudam métodos para desenvolver a aprendizagem das pessoas, dando liberdade para que elas aprendam enquanto trabalham e enfrentem as dificuldades que aparecem tanto nos seus setores, quanto no seu desempenho profissional (MILARÉ; YOSHIDA, 2009).

Segundo O`neill (apud Brasil, 2008, p. 12), o coaching é caracterizado como uma ciência em que seu principal objetivo é desenvolver as pessoas utilizando algumas técnicas de treinamento e liderança. Ou seja, é uma busca constante em desenvolver a capacidade das pessoas através de treinamentos que auxiliam na busca do sucesso de suas metas.

Para Rego et al. (apud Neves, 2011) o coaching apresenta uma função socrática, pois ele ajuda o cliente com métodos para atingir os seus resultados tanto profissionais como pessoais e também auxilia no seu desenvolvimento como líder. É importante se ter em mente que o processo de coaching precisa ser continuo porque desafios e oportunidades aparecem a cada dia e a pessoa que passou pelo processo de coaching precisa colocar em pratica tudo o que foi aprendido, vencendo seus medos e conquistando seus objetivos.

Para trabalhar a capacidade das pessoas é necessário abrir mão de muitos métodos rígidos, ou seja, é necessário que o colaborador se sinta importante, que ele se veja como uma peça chave para o desenvolvimento da organização e que consiga expor suas experiências ou sugestões sem medo. Para Melo et al. (2015), através do processo de desenvolver competências é que o funcionário começa então sua aprendizagem, sempre iniciada de forma individual, ou seja, cada um tem o seu tempo para aprender; o que um aprende pode ser diferente do que o outro aprende e, assim, ocorre o compartilhamento de informações. Os autores destacam que, com isso, uma habilidade complementa a outra, pois, um pode ser mais apto a aprender tarefas que desenvolvam sua habilidade humana e outro pode estar mais apto a aprender coisas que lhe desenvolva habilidades técnicas (MELO et al., 2015).

O coaching como ferramenta para o desenvolvimento profissional apresenta benefícios como melhoria nas relações interpessoais, melhora na qualidade de vida do trabalho, melhoras no desempenho e produtividade (ALMEIDA, 2011).

O coaching auxilia as pessoas em suas buscas constantes por seus objetivos por meio da identificação, entendimento e aprimoramento de competências. O profissional do coaching ensina aos seus clientes que é possível atingir objetivos, através de seus próprios limites e conhecimentos. Ou seja, ele trabalha as competências e conhecimentos de cada indivíduo, para que com isso possa se chegar a um determinado objetivo.

Para realizar um plano de ação detalhado para cada tipo de coachee, é preciso que o profissional de coaching, faça uma avaliação detalhada sobre a situação atual do cliente, com isso eles passam a ser monitorados e trabalham juntos para alcançar as metas e objetivos (BEHAVIORAL COACHING INSTITUTE, apud LANGE; KARAWEJCZYK, 2014).

## 2.3. A Importância do Profissional de Coaching

O coaching é uma importante ferramenta na gestão de uma empresa, pois o seu foco é na ação, nos resultados, ou seja, ele procura trabalhar as pessoas para que elas atinjam seus objetivos em grupos ou até mesmo individualmente para que, com isso consigam atingir os objetivos da organização. Com esse trabalho, as pessoas se tornam mais dispostas a focar e a se determinar para alcançar os seus objetivos, conseguem trabalhar em grupo sem brigas e discussões, mas cada um ajudando o outro para que consigam atingir seus objetivos (GARCIA, 2011).

Segundo (LIMA, 2013, p. 2) o fator principal do coaching:

 [...] é ajudar uma pessoa a mudar, na maneira que deseja e a ir na direção que quer, ou seja, o coaching cria consistência, capacita a escolha e produz a mudança, além de revelar o potencial de uma pessoa para maximizar seu próprio desempenho.

O coaching é definido por muitos como um relacionamento onde de um lado encontra uma pessoa disposta a apoiar outra a atingir resultados, metas, sejam algumas como conseguir aperfeiçoar suas competências, produzir mudanças específicas ou até mesmo atingir metas para diminuição de peso. Essa relação não é definida por somente um compromisso com resultados, mas com a pessoa buscando sempre ajudar para que ela consiga atingir suas metas e suas realizações (PORCHÉ; NIEDERER, 2002 apud GASPAR; PORTÁSIO, 2009, p. 18).

É necessário que uma empresa implante o processo de coaching quando é preciso tomar decisões que talvez afetem o sistema da empresa caso sejam feitas de forma errada, quando sua equipe está tendo problemas com comunicação interpessoal e não estão lutando para alcançarem juntos os objetivos da empresa, na redefinição de projetos tanto pessoais como profissionais. (CORREIA, 2012).

Para Neves (2011) o coaching acontece quando um empresário (cliente) estabelece um contrato com um individuo que não tem nenhum vinculo com a organização. Sendo assim esse individuo desenvolve métodos para trabalhar o potencial do cliente, fazendo com que assim ele consiga traçar as próprias metas.

Segundo Lange e Karawejczyk (2014) o principal objetivo do coaching é trabalhar a capacidade das pessoas para que consiga encontrar a sua auto realização, com o alcance de metas e com isso é possível que se tenha uma vida mais equilibrada com valores, missão e propósito. O coach auxilia os coachees não apenas na definição de metas, como também em estratégias de alcance de resultados e superação de desafios.

Para Rego (apud ALMEIDA, 2011, p. 27), quando uma empresa demonstra o seu interesse no desenvolvimento das pessoas, a satisfação delas aumenta e se tornam cada vez mais admiradoras e capazes de atender a exigência de sua função. Com a disciplina e o interesse dos coachees, os resultados aparecem em curto prazo.

## 2.4. Coaching x Psicologia

O profissional de coaching diferentemente do psicólogo, estão sempre em busca de soluções, não ficam focados apenas nos problemas. Já a psicologia objetiva auxiliar pessoas que sofrem transtornos psicológicos ou psiquiátricos, ou seja, está sempre em busca de compreender os traumas que uma pessoa sofre e buscar possíveis soluções.[[3]](#footnote-3)

O coaching trabalha com seu cliente no início, meio e fim do processo, sendo assim, este se dedica 100% para ajudar o seu cliente a alcançar as metas que foram estipuladas para a sua vida pessoal e profissional. Quem passa por esse processo precisa estar aberto a críticas tanto negativas, quanto positivas, deixando de lado as crenças e barreiras que o impedem a alcançar suas metas.[[4]](#footnote-4)

Já a psicologia está procurando entender melhor o eu do cliente, ou seja, existe uma busca constante em compreender como os acontecimentos passados influenciam nos dias atuais. O coaching pode trabalhar com o seu coachee até o vencimento do contrato ou até alcançar os objetivos propostos, já o psicólogo depende da cura do paciente podendo durar dias, meses e anos.2

Essas duas áreas são muito importantes, porém é preciso que sejam usadas conforme a necessidade de cada cliente.

# 3. METODOLOGIA

Buscando encontrar respostas para o problema de pesquisa deste estudo foi realizada uma revisão sistemática, através de livros publicados a partir de 2007 e artigos publicados em bases de dados online como Google Acadêmico.

Para Lakatos e Marconi (2006), a revisão sistemática é aquela em que o pesquisador sabe o que está procurando, ou seja, ele já tem em sua bagagem tudo o que vai precisar para a realização do trabalho, com isso poderá descartar aqueles artigos ou informações que não são importantes para sua realização.

Foi então utilizada à busca a partir da palavra-chave coaching, crescimento organizacional e sucesso.

Foi priorizado para este estudo artigos e livros publicados em território nacional, pois é de fácil entendimento e importância para a realização do mesmo. Com o intuito de descartar artigos e livros que não tem grande valia para este estudo, foram selecionados resumos, pois através de sua leitura é verificada a quantidade de objetivos e informações que são realmente enriquecedoras para a realização deste artigo.

Logo após de selecionado todos os artigos e livros que podem ser realmente aproveitados para a realização deste estudo, foi desenvolvido um quadro resumido, para realizar a separação dos dados: autor/ ano de publicação/ periódico, tipo de estudo, objetivo do estudo, metodologia empregada, resultados e conclusões.

A pesquisa resultou em um total de 44 artigos. Após a seleção realizada através da leitura dos resumos, artigos completos, dissertações, ensaios e teses, obtiveram-se 17 referências ao tema, considerando-se os critérios de inclusão e exclusão delineados na seção de procedimentos metodológicos.

Sendo assim, no ano de 2017 foi encontrado uma dissertação; no ano de 2016, uma dissertação e uma tese; em 2015, um artigo, uma dissertação e uma monografia; em 2014, um artigo, uma monografia e uma dissertação; em 2013, uma dissertação e duas monografias; em 2012, uma tese; em 2011, uma licenciatura e uma dissertação; em 2009, uma tese e em 2008, uma monografia.

Assim, neste estudo foram analisados um total de dois artigos, seis dissertações, cinco monografias, uma licenciatura e três teses. Sendo seis pesquisas survey[[5]](#footnote-5), quatro pesquisas qualitativas, duas pesquisas exploratórias, uma pesquisa descritiva, um estudo de caso, uma pesquisa quantitativa descritiva e uma pesquisa qualitativa exploratória.

Segundo Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa é aquela que não se baseia em números para captar informações sobre um determinado evento, elas priorizam aspectos verdadeiros, que aconteceram e apresentam registros evidentes sobre o seu acontecimento.

A pesquisa quantitativa busca confirmar as informações coletadas através de dados estatísticos tendo como análise um enorme número de casos que representam um evento (OLIVEIRA, 2011).

A pesquisa exploratória tem como principal foco esclarecer com uma outra concepção ideias que já tinham se formado antes, tendo como base hipóteses e formulações de pesquisas encontradas em estudos anteriores (GIL, 2008).

De acordo com Castro (1976) *apud* (OLIVEIRA, 2011), a pesquisa descritiva está preocupada em capturar e apresentar uma determinada situação através de números, ou de forma que consiga desvendar um determinado evento.

# 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir serão apresentados as analises das definições por artigo, conforme quadro 1, estudos relacionados ao tema:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **AUTOR/ANO** | **OBJETIVOS** | **METODOLOGIA** | **CONCLUSÕES** |
| FAUSTINO, C. M. S(2017) | A presente investigação visa identificar a relação das competências de *Coaching* do Líder com as respostas atitudinais e comportamentais dos colaboradores. | Este estudo foi realizado sob a forma de questionário, com uma amostra de 141 colaboradores pertencentes a organizações distintas. | Os resultados indicaram que as Competências de *Coaching* do Líder explicam 14% do Empenhamento Afetivo, 5% do Desempenho e também que o Empenhamento Afetivo explica cerca de 15% do Desempenho Individual.  |
| FERREIRA, D. A.C. DANAKANO, T. C. DESPADARI, G. F(2016) | Este estudo visou compreender sua atuação profissional que temcomo principal foco laboral. | Entrevista semiestruturada e análise de conteúdo das respostas, os discursos foramclassificados, buscando-se semelhanças e diferenças entre os participantes.. | Os resultados mostraram, em geral, que cada profissional atua conforme sua própriaexperiência e formação adquirida, não existindo uma padronização de práticas.  |
| SILVA, A. A. C. DE(2016) | Os objetivos desta pesquisa referem-se a: entender como a avaliação e mediçãode resultados em *coaching* tem sido tratada na literatura dentro e fora do Brasil. | A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa, de caráter exploratório descritivo,considerando uma amostragem não probabilística, usando a seleção porjulgamento.  | Os resultados da pesquisa demonstraram que as empresas não possuem umametodologia própria de avaliação de resultados de *coaching* e que utilizam as desenhadaspelas consultorias fornecedoras de *coaching*, embora haja controvérsias quanto à adoção destas.  |
| BENTO, C. FSILVA, G. O. DEBORGES, M. MBELUCO, DFIGUEREDO, K. S. A. DOS(2015) | A realização deste trabalho tem por objetivo apresentar o significado da palavra *Coaching*e de que forma este profissional pode ajudar pessoas e empresas a superar suas limitações. | Foi usado no trabalho um estudo exploratório onde se considera o trabalho de um profissional de coaching, foram analisadas as formas com que ela lida com o seu cliente. | Descobrimos que o *Coaching* pode aflorar dentro das pessoas ideias e capacitações degrande qualidade, que talvez a própria pessoa nem imaginava possuir, e que um profissional de*Coaching* não é para dar respostas e soluções. |
| COSTA, E. W. B(2015) | Analisar os atributos necessários e propor a implantação de um curso de qualificação baseado no desenvolvimento da liderança-coach para os gestores na UFSC. | Foi feita uma entrevista com gestores da Universidade Federal de Santa Catarina. | Considera-se, por não ter encontrado obras nos periódicos pesquisados, que este foi um dos poucos trabalhos acadêmicos, se não o primeiro, a articular a liderança-*coach* com a concepção integrada do ser humano, no âmbito do serviço público. |
| JOSEFA, M. S(2015) | Os objetivos de pesquisa procuram, em consonância com as questões de pesquisa e a justificativa, para que possam responder ao problema de pesquisa formulado.  | Foi realizado um estudo de caráter exploratório na empresa Transcor SV, SA que permite familiarizar a mesmo com esta ferramenta, compreendendo uma análise qualitativa e quantitativa. | Com essa investigação conclui-se que efetivamente, os processos de *Coaching* se apresentam como uma ferramenta de desenvolvimento pessoal e profissional com impacto e influência em vários níveis e áreas do indivíduo e da organização. |
| LANGE, AKARAWEJCZYK, TAMARA(2014) | O objetivo geral deste artigo consiste em identificar e analisar a contribuição do *coaching* para o indivíduo e para a organização**.** | Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa do tipo exploratório, cuja coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas. | Como principais resultados, identificam-se o desenvolvimento da capacidade de liderar e de foco e o aprimoramento da comunicação e das relações interpessoais. |
| DIAZ, D. P. G(2014) | O objetivo geral deste estudo é conhecer a percepção da experiência e os resultados obtidos por gestores. | Como metodologia foi utilizado uma entrevista semiestruturada.  | Organizações que se vinculam ao programa de coaching executivo, devem identificar funções no ambiente organizacional e promover a abertura para o referido processo, como fatores críticos de sucesso. |
| SERRA, O. L(2014) | Este estudo visa compreender o que é valor agregado no processo de coaching,bem como analisar se estes valores estão alinhados. | Foi realizada uma pesquisa qualitativa com vinte profissionais do Rio de Janeiro ede São Paulo, sendo dez coaches e dez coachees,a fim de investigar tais objetivos. | E o resultado obtido indica que o valor no coaching é justamente o desenvolvimento pessoal e profissional que o processo propicia, onde o coachee é capaz de se conhecer melhor, analisar suas competências. |
| FERREIRA, D. A. C. DA(2013) | A pesquisa objetiva analisar a atuação de profissionais que tem no coaching seu principal foco elaboral. | Os métodos utilizados para a elaboração do estudo foi uma entrevista semiestruturada com cinco questões abertas sobre a temática. | Os resultados apontaram que cada profissional atua de acordo com a sua formação, conhecimento e experiência, sendo bastante diferentes as concepções.  |
| SOUSA, F. S. S.(2013) | O objetivo geral desta monografia é identificar os elementos e as dimensões da orientação. | Utilizou-se como metodologia uma pesquisa quantitativa descritiva associada à consulta de bibliografias. | Os resultados demonstraram que em relação a dimensão inovatividade, a empresa não é contraria a inovar. |
| LIMA, L. P. M. DE.(2013) | A presente pesquisa buscou demonstrar que as ferramentas estratégicas bem estruturadas e planejadas podem ser indispensáveis no desenvolvimento da satisfação dos colaboradores. | Esse estudo é de natureza qualitativa e os conteúdos abordados foram extraídos de artigos, livros e sites que abrangem as estratégias de recursos humanos.  | Nessa esteira, pode-se concluir que o comprometimento do funcionário é um dos fatores determinantes e importante para o seu desempenho e para o clima organizacional da empresa. Uma equipe motivada supera limites. |
| CORREIA, J. S. E.(2012) | Pretende-se pois, com a presente investigação, avaliar de que forma os processos de Coaching podem contribuir para melhorar a performance dos indivíduos. | Com recurso a uma metodologia de tipo qualitativa, recorrendo-se à análise de conteúdo pretende-se obter indicadores que possam testar a validade das hipóteses desta investigação. | Com a investigação empírica da presente investigação conclui-se que, efetivamente, os processos de Coaching se apresentam como uma ferramenta de desenvolvimento pessoal e profissional com impacto e influência em vários níveis e áreas do indivíduo. |
| NEVES, D. G. DA.(2011) | O intuito deste trabalho é apresentar esclarecimentos acerca do termo. | Realizou-se um Estudo de Caso baseado numa empresa em São Vicente.. | Na sequência da análise dos resultados sugeriu-se um modelo que mais se adapta à realidade da empresa. |
| ALMEIDA, P. A. M. DE.(2011) | O seguinte estudo tem por objetivo geral determinar a percepção com relação aodesenvolvimento de Competências Interpessoais. | Para atingir este objetivo foiproposta uma pesquisa de tipo descritivo, usando um desenho não experimental transeccional. | Os dados obtidos foramtratados estatisticamente através de uma análise descritiva, da qual foi possívelevidenciar que os diferentes atores envolvidos em uma metodologia 360º. |
| MILARÉ, S. A.YOSHIDA, E. M. P.(2009) | O objetivo foi avaliar a eficiência de um programade coaching desenvolvido e conduzido pela primeira autora, composto por quatro módulos: auto percepção. | Foram utilizados os instrumentos Escala Diagnóstica AdaptativaOperacionalizada (EDAO-R), Escala de Estágios de Mudanças (EEM), Personal Profile Analysis (PPA) e Autoanálisedo Desempenho (AAD). | Os resultados sugerem que o programa de coaching ajudou na melhora da eficácia adaptativa,permitindo o desenvolvimento de competências. O estágio de mudança inicial permitiu escolher a melhor estratégiacognitiva. Limites metodológicos são apontados. |
| BRASIL, L. A. DO.(2008) | Este trabalho acadêmico tem o objetivo de demonstrar como e se os profissionais de *coaching* executam as atividades dentro da organização. | Será realizado uma revisão bibliográfica para identificar a razão para se contratar um coaching e a importância dele para a organização.  | Constatou-se que o coaching aliado a processos administrativos pode melhorar o desempenho e atingir resultados que são importantes para o desenvolvimento da empresa. |

Quadro 1

**Fonte:** Elaborado pela autora

Faustino (2017) revela que o processo de coaching para desenvolvimento dos líderes é de extrema importância para a organização, sendo que 14% dos resultados sejam ocasionados pelo Empenhamento Afetivo e 5% pelo Desempenho Profissional.

Dois artigos nos demonstram que não existe um padrão para adquirir resultados concretos para os problemas que ocorrem na organização. Nesse aspecto, Ferreira et al. (2016), Silva (2016) observam que não é necessário um padrão onde todas as empresas devem utilizar o processo de coaching e consigam resultados parecidos para desenvolver métodos de prevenção e até mesmo de resolução de um problema, uma vez que cada empresa apresenta diferentes problemas e variadas soluções.

Costa (2015) revela que é necessário estar sempre em busca de dados para que se consiga aflorar mais os conhecimentos, Bento et al. (2015) acredita que o processo de coaching é um grande fator que leva as pessoas a trabalharem com seus conhecimentos que foram adquiridos durante um longo período com isso existe a possibilidade de capacitação de pessoal e desenvolvimento de habilidades para alcançar os objetivos propostos.

Josefa (2015), Lange e Karawejczyk (2014), Diaz (2014) e Correia (2012) enfatizam que o processo de coaching influência em diversas áreas da organização, ou seja, ao se escolher participar de um processo de coaching é necessário que se faça uma análise dos problemas que precisam ser melhorados na organização e trabalhar com todo capital humano e fazer com que eles desenvolvam a sua capacidade de trabalhar em equipe, trabalhando com seu capital intelectual para alcançar os objetivos que foram propostos pela organização.

Quando uma organização opta por contratar um profissional de coaching, ela está priorizando desenvolver as habilidades dos lideres e também das equipes que fazem parte dessa empresa, Serra (2014) relata que quando existe um processo de coaching, o cliente busca conhecer melhor os seus desafios e trabalhar suas competências para superá-los e conseguirem passar pelo obstáculo alcançando o sucesso profissional.

O profissional de coaching pode escolher qual será a sua área de atuação, uma vez com que essa esteja condizente com a sua formação, conhecimento e experiências. Ferreira (2013) e Sousa (2013) destacam a importância de fazer a escolha certa sobre a área de atuação. Ou seja, se eu me dou bem com finanças porque escolheria atuar como coaching em Recursos Humanos, uma vez que não sei nem a delimitação de suas funções? Por isso, é necessário que se tenha uma sintonia e interesse pela área em que irá atuar.

Milaré e Yoshida (2009), Brasil (2008) defendem que quando uma organização passa por um processo de coaching existe um interesse maior por parte da equipe, onde é acrescido um maior conhecimento e uma melhoria no desempenho para conseguir alcançar resultados que muitas vezes surtem efeito no crescimento profissional dos envolvidos.

Conforme pesquisas realizadas, constatou-se que o processo de coaching consegue trazer benefícios tanto para a organização, quanto para os envolvidos. Uma vez que é constante o envolvimento e a busca por se adaptar e melhorar todos os aspectos para obter resultados. Enfim, os estudos comprovam que é importante estar sempre aptos há mudanças, buscando sempre o melhor método para trabalhar suas habilidades profissionais e pessoais, procurando maneiras de alcançar os resultados para resolução de um problema.

# 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que atualmente qualquer ramo empresarial está cheio de concorrentes e com isso muitas organizações procuram incentivar que os seus colaboradores trabalhem mais e produzam cada vez mais para sobressaírem diante da concorrência, porém, é importante ressaltar que muita das vezes acontece muitos conflitos dentro das organizações e devido a isso muita rotatividade, pensando em como conseguir trabalhar desafios e alcançar o sucesso profissional, empresários estão cada vez mais iniciando uma constante busca em profissionais de coaching.

Diferentemente do psicólogo o coaching procura trabalhar com o seu cliente a todo o momento, ou seja, desde o início da sua contratação o especialista procura métodos que façam com que seu cliente consiga realizar as metas que foram propostas e incentiva para que ele continue firme e não desista de seus sonhos, trabalhando lado a lado com o cliente até o término do contrato, onde pode ser renovado ou não.

Diante dos resultados encontrados o estudo conclui-se que o profissional de coaching consegue trabalhar com uma pessoa ou um conjunto de pessoa e adquirir resultados em um pequeno espaço de tempo, ou seja, ele estimula as pessoas a se superarem a cada amanhecer e seguir em frente para alcançar todos os objetivos que lhe foram determinados.

Conclui-se que investir em profissionais de coaching, a organização estará ganhando além de um diferencial incrível, os colaboradores estarão cada vez mais motivados e satisfeitos, sendo assim estarão cada vez mais comprometidos para desempenharem as suas funções e trazerem benefícios para a organização.

# 6. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, P. A. M. DE; **Diagnostico e mudança de clima organizacional, em uma amostra de executivos que passaram por um programa de coaching executivo, aplicando a metodologia 360°.** 2011. 124 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Gestão de Empresas, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2011.

BENTO, C. F; SILVA, G. O. DE; BORGES, M. M; BELUCO, D; FIGUEREDO, K. S. A. DOS. **Recursos Humanos.** 2015. 8 f. TCC (Graduação) – Curso de Recursos Humanos, Centro Universitário Leonardo Da Vinci, Indaial, 2015.

BRASIL, L. A, DO; **Estudo de Caso – HR Consultoria.** A importância do coaching no desenvolvimento profissional. 2008. 47 f. Monografia (Especialização) – Curso de Administração, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008.

CORREIA, J. S. E. **“Coaching” Influência no Desenvolvimento Pessoal e Profissional.** 2012. 143 f. Tese (Doutorado) – Curso de Gestão de Recursos Humanos, Instituto Superior de Línguas e Administração, Vila Nova de Gaia, 2012.

COSTA, E. W. B. A **liderança-coach como intervenção para o desenvolvimento humano na Universidade Federal de Santa Catarina.** 2015. 157 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Administração Universitária, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

DIAZ, D. P. G. **Experiência de gestores que passaram pelo processo de coaching executivo.** 2014. 44 f. Monografia (Especialização) – Curso de Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

FAUSTINO, C. M. S. **A influência das competências de coaching do líder no empenhamento afetivo e desempenho dos colaboradores.** 2017. 115 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Gestão, Instituto Politécnico Leiria, Leiria, 2017.

FERREIRA, D. A. C. DA; NAKANO, T. C. DE; SPADARI, G. F. **Estudo sobre a atuação de Coaches.** 2016. 24 f. Tese (Doutorado) – Curso de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2016.

FERREIRA, D. A. C. DA. **Estudo sobre a atuação de coaches.** 2013. 119 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia, PUC-Campinas, 2013.

GADELHA, S.; TEODORO, S. **COACHING : ferramenta de desenvolvimento Pindamonhangaba** – SP. 2014.

GARCIA, A. L. **O processo de coaching nas organizações empresariais.** Http://Hdl.Handle.Net/10923/4804, 2011.

GASPAR, D. J.; PORTÁSIO, R. M. **Liderança e coaching: desenvolvendo pessoas, recriando organizações.** Revista de Ciências Gerenciais, v. 13, n. 18, p. 17–41, 2009.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa.** Artigo disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acessado em: 08.11.2017.

GIL, R. L. **Tipos de Pesquisa.** Disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/ecb/files/2009/09/Tipos-de-Pesquisa.pdf>. Acessado em: 08.11.2017.

KARAWEJCZYK, T. C.; CARDOSO, A. P. **Atuação profissional em Coaching e os desafios presentes e futuros nesta nova carreira.** Boletim Técnico do Senac- A Revista da Educação Profissional, v. 38, n. 1, p. 47–59, 2012.

JOSEFA, M. S. **O coaching e o seu papel na melhoria do desempenho dos colaboradores nas organizações: Estudo exploratório na Empresa.** 2015. 101 f. Monografia (Especialização) – Curso de Ciências Econômicas e Empresariais, Universidade do Mindelo, Mindelo, 2015.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. DE. **Fundamentos de metodologia científica.** 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006. 195 p.

LANGE, A.; KARAWEJCZYK, T. **Coaching No Processo De Desenvolvimento Coaching in the Process of Individual and.** 2014.

LIMA, L. O Papel do Coaching dentro da organização. **Revista Teste**, 2013.

LIMA, L. P. M. DE. **Ferramentas estratégicas para o desenvolvimento da motivação e engajamento dos colaboradores.** 2013. 83 f. Monografia (Especialização) – Curso de Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa – PR, 2013.

OLIVEIRA, M. F. DE. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração.** Artigo disponível em: <https://adm.catalao.ufg.br/up/567/o/Manual\_de\_metodologia\_cientifica\_-\_Prof\_Maxwell.pdf>. Acessado em: 08.11.2017.

MELO, L. H. et al. **O coaching e o processo de desenvolvimento de competências e habilidades na aprendizagem gerencial.** PhD Proposal, v. 1, p. 1–18, 2015.

MILARÉ, S. A; YOSHIDA, E. M. P; **Intervenção breve em organizações: mudança em coaching de executivos.** 2009. 12 f. Tese (Doutorado) – Curso de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica, Campinas, 2009.

NEVES, D. G. DA; **Coaching como factor de diferenciação nas organizações.** 2011. 77 f. TCC (Graduação) – Curso de Contabilidade e Administração, Instituto Superior de Ciências Econômicas e Empresariais, Cabo Verde, 2011.

PINHEIRO et al.; **Coaching e Formação de Liderança/Coach.** Disponível em:

<http://www.arvoredo.com.br/livro/livro.pdf>. Acesso em 21.08.2017.

SERRA, O. L. **Um estudo sobre valor agregado em coaching e sua percepção para as partes envolvidas.** 2014. 58 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, A. A. DA; PORTO, E. C. **O Ambiente Organizacional e a Percepção de Incerteza na Indústria de Transformação Brasileira.** Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, n. 1972, 2009.

SILVA, A. A. C. DE. **Avaliação de resultados em coaching: Uma analise do contexto Brasileiro.** 2016. 103 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2016.

SOUSA, F. S. S. **Elementos e dimensões da orientação empreendedora de uma empresa de confecção de médio porte em Fortaleza-CE.** 2013. 44 f. Monografia (Especialização) – Curso de Administração, Centro Superior do Ceará, Fortaleza, 2013.

**ENDEREÇO DE CORRESPONDÊNCIA**

**Autora Orientanda:**

Ranna Karolyna Veloso Silva

Rua: Major Gote – n° 1901 – Centro

(34) 3818-2300

ranna.karolyna22@gmail.com

**Autora Orientadora:**

Cíntia Cristina Moura

Rua: Major Gote – nº 1901 – Centro

(34) 3818-2300

cintiacm.moura@gmail.com

**DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO**

Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Patos de Minas, 16 de novembro de 2017.

.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ranna Karolyna Veloso Silva – autor orientando

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Cíntia Cristina Moura – autora orientadora

1. Bacharel em Administração Faculdade Patos de Minas [↑](#footnote-ref-1)
2. Especialista em Administração de Empresas e Pedagogia Empresarial [↑](#footnote-ref-2)
3. Dados obtidos em: <http://www.slacoaching.com.br> Acesso em 24 out. 2017 [↑](#footnote-ref-3)
4. Dados obtidos em: <http://www.jrmcoaching.com.br/blog/coaching-psicologia-o que-os-diferencia/> Acesso em 24 out. 2017. [↑](#footnote-ref-4)
5. A pesquisa survey é feita através de um instrumento de pesquisa, em muitos casos são usados questionários e entrevistas, para obter resultados para um determinado evento. Disponível em <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/especializacoes/pos-graduacao-dagee/lean-manufacturing/PesquisaSurvey012.pdf>. Acessado em 08.11.2017 [↑](#footnote-ref-5)