

COACHING EM EMPRESAS

LEMBI, Michelle Karine dos Santos¹
BASTOS, Jaqueline Milani

RESUMO

Como a competitividade entre as organizações tem aumentado na atualidade, os líderes necessitam se destacar, buscando ferramentas para aumentar suas ações para assim, afrontar tal realidade. Neste contexto, o presente estudo é baseado na revisão bibliográfica e tem por objetivo analisar quais os principais artifícios para estar à frente a concorrência. Desta forma tem-se utilizado o método do *coaching*, na qual muitos países já adaptaram este processo, trazendo inovação, facilitando a aprendizagem e disseminando o conhecimento. O programa visa a transformação de pensamento e atitudes do indivíduo como pessoa e líder, conseguindo a fidelização e o comprometimento dos empregados, valorizando cada vez mais o capital humano, modificando a gestão e com o foco no desenvolvimento pessoal e profissional. Partindo do resultado da pesquisa constatou-se que o *coaching* conduz eficiência em seu trabalho, atingindo melhores resultados, alinhando as competências dos colaboradores aos propósitos da empresa, havendo um direcionamento estratégico por parte da empresa para permanecerem no mercado atual.

PALAVRAS-CHAVE: Coaching, desenvolvimento, organização.

COACHING IN COMPANIES

ABSTRACT

As the competitiveness among organizations has increased nowadays, leaders need to stand out, seeking instruments to increase their actions in order to confront this reality. In this context, the present study is based on the bibliographic review and aims to analyze what are the main devices to be ahead of the competition. In this way the method of coaching has been used, in which many countries have already adapted this process, bringing innovation, making the learning process easier and spreading knowledge. The program aims to transform the thoughts and attitudes of the individual as a person and leader, achieving the loyalty and commitment of the employees, increasingly valuing human capital, modifying the management, with the focus on personal development and professional. Based on the results of the research, it was found that coaching conducts efficiency in its work, achieving better results, aligning the competencies of employees to the purposes of the company, with a strategic direction by the organization to remain in the current market.

KEYWORDS: Coaching, development, organization.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, para se progredir na evolução do capital humano dentro da organização, é imprescindível investir na inovação que o *coaching* tem proporcionado, melhorando a tomada de decisões, comunicação interna, relações interpessoais e o relacionamento com os clientes (MARQUES, 2018)

No presente trabalho teremos como ponto de vista, quais os objetivos que o processo de *coaching* pode alavancar dentro da empresa?

Justificando-se a importância dos líderes nas equipes de trabalho.

¹ Graduada em Farmácia Generalista, Universidade Paranaense – UNIPAR. Pós-Graduação em MBA em Liderança e Coaching na Gestão de Pessoas, Universidade Anhanguera – UNIDERP. E-mail: michelle_lembi@hotmail.com

Tem-se analisado a mudança na atuação dos funcionários, buscando a satisfação em desempenhar um trabalho que considerem relevante. O líder está envolvendo um papel importante, no qual, visa inspirar pessoas a obterem objetivos em comum (KOPPE, 2015).

Quando olhamos para o futuro, é necessário fazer planos, para que hoje possamos antecipar as decisões do amanhã, e consigamos atingir metas e objetivos - as ações para alcançá-los podem ser táticas ou estratégicas. Assim como, em uma organização o propósito é obter o retorno lucrativo sobre o investimento inserido (SOBANSKI, 1992).

A execução de um plano cria a expansão da eficiência e o controle entra para avaliar as diferenças entre o planejado e o real. Planejar-se é o meio para intervir favoravelmente nos acontecimentos futuros: é importante ser criterioso a respeito dos investimentos, pois, isso refletirá no desempenho da empresa a longo tempo (SOBANSKI, 1992).

As empresas têm buscado recursos humanos diversificados para sustentarem o estímulo, inovando, aderindo o equilíbrio e elevando a qualidade para permanecerem na contínua evolução. Com estas demandas, é indispensável desenvolver pessoas: um dos meios acontece pelo processo de *coaching*, com suas ferramentas, técnicas e conhecimentos (KOPPE, 2015).

2. DESENVOLVIMENTO

Abordaremos como metodologia a pesquisa bibliográfica, de caráter qualitativo, como meio do levantamento sobre o tema.

Nos dias atuais, as empresas têm buscado agregar conhecimento, aperfeiçoando seus colaboradores. Para isto, estão empregando a prática do *coaching* dentro das organizações, que pretende facilitar o aprendizado (LIMA, 2015).

O *coaching* tem sido utilizado nas empresas como orientação profissional, para ampliar as competências, crescendo o nível da eficácia pessoal. Este novo campo tem-se ganhado espaço desde a década de 1990, impulsionando bons resultados (CAMPOS; STOROPOLI, 2015).

Este tema na área da liderança está se tornando cada vez mais renomado, pois os modelos tradicionais de chefia perderam caminho para os profissionais que têm diferencial. Isso ajuda os liderados a abrirem novos horizontes e descobrirem seus próprios talentos (JESUS; MANOLESCU, 2008).

A nova consciência do mundo coloca o homem em destaque, maximizando o seu desenvolvimento, no sentido espiritualizado de ser, trazendo outras dimensões, de forma holística. Utilizando uma das ferramentas mais extraordinárias, o *coaching* vem encaixando-se perfeitamente e mostrando diferença no potencial interno das organizações (MARQUES, 2016).

O processo do *coaching* se dá pelo progresso dos indivíduos, que conseqüentemente se expandirão como profissionais. Quando uma empresa traça uma meta, o *coaching* tem o papel de orientá-la como alcançar e em quanto tempo chegar no objetivo. Como são as pessoas que irão atingir as metas, o investimento deve ser feito no setor humano, não sendo mais o setor de recursos humanos como parte individualizada, mas sim como investimento no capital. Essa dinâmica constitui o destaque crucial no mundo de hoje (MARQUES, 2016).

Para buscar a mudança deve-se analisar alguns pontos como: quais são as necessidades que estão aparecendo no mercado, seus riscos e o potencial de aderir a uma oportunidade e quais recursos deverão ser investidos. Para isso, espera-se o momento certo para agir, almejando onde se quer estar em um prazo de 10 anos, se a sociedade mudou em uma década, como o mercado será afetado neste período e qual a sua visão de futuro. Para isso, é necessário estar sempre a frente nas informações sobre produtos, concorrentes, clientes (WEITZEN, 1993).

O valor fundamental do mercado é mediado por uma necessidade (que deve ser preenchida adequadamente), criando uma rota para o sucesso e tendo conhecimento do que se faz de melhor. Neste sentido, uma determinada situação estabelece certa oportunidade, sendo um incremento para aumentar o faturamento. Desejando ser o melhor, o indivíduo expressar-se-á em conseguir um elevado nível de atuação (WEITZEN, 1993).

Suas referências devem ser traçadas no sentido de atingir a liderança do mercado, devendo-se ensinar o homem a prosperar, para que tenha resultados contínuos a cada dia. Para melhorar a qualidade, é preciso ter uma meta em comum, fornecendo ensino e treinamentos, para que se adaptem as mudanças, entusiasmando com novos desafios (WEITZEN, 1993).

Para a sua implementação, avalia-se o que se deseja arriscar, o nível de comprometimento na carreira e na extensão do melhoramento, precisando estar confiante nas ferramentas que irão melhorar a situação no presente momento. Em qual processo de desenvolvimento a organização está envolvida, em qual área se deve trabalhar, refletindo, usando a imaginação para a situação ideal (BOULDIN, 1993).

O cenário atual e o ideal são substancialmente diferentes, onde o ganho compensará o esforço. O aspecto mais importante dentro de uma comunicação é o saber escutar: como o processo mental é mais rápido que a fala, a mente caminha à frente. Por isso, saber fazer as perguntas apropriadas, nos trás a segurança de que a outra pessoa se interessará no que temos a passar, motivando a relação de interação, o que facilitará o processo e estabelecerá a base para o ambiente no qual a mudança acontecerá (BOULDIN, 1993).

Para promover aceitabilidade à mudança, as pessoas devem estar confortáveis ao novo meio de realizar as tarefas, dessa forma é preciso eliminar o medo para não haver resistência, já que, em alguns

casos, elas estão preocupadas em perder sua posição. Outro fator útil é escolher a pessoa-chave em cada subconjunto da organização que estará propícia a mudança (BOULDIN, 1993).

Trabalhando exercícios de criatividade nas pessoas, é possível ampliar a união entre elas em uma empresa, tendo que agir de forma prática para que seja visto o resultado. Essa prática pode ser alcançada pelo treinamento adequado, mudança substancial no ambiente de trabalho, possibilidade de descoberta pessoal e das características das outras pessoas, além da diminuição do *turnover* e da melhora posterior da qualidade do serviço (BOTELHO, 1994).

Uma administração inteligente deve-se beneficiar com as informações trocadas pelos empregados da empresa, despertando ideias, opiniões e sugestões, para manterem-se atualizados com o que está acontecendo na empresa. Muitas vezes isso pode ser alcançado através de relatórios, que meçam desempenho, planejamento e estatísticas (SANTOS, 1980).

Dentre os principais objetivos do *coaching* gestão a melhoria do desenvolvimento de tarefas organizacionais, a redução dos custos, a habilidade em equipes de venda e a possibilidade dos gerentes agirem como *coaches*, elevando o desempenho financeiro. A aplicação deste processo dentro da empresa surgiu por meio do treinamento de um profissional interno para que pudesse capacitar um subordinado e, juntos, compartilhassem conhecimentos. Nessa prática, trazem-se aqueles com experiências em gestão e negócios, e que possuem facilidade na psicologia e cognição, por meio de um *leader-coach* ou *coach* profissional (CAMPOS; STOROPOLI, 2015).

Se assume o papel de *coach* quando o objetivo é apoiar alguém a alcançar um resultado, comprometendo-se a ajudar na resolução de um problema ou projeto. Para isso é necessário possuir conhecimentos na parte de comportamento humano, gestão de pessoas, liderança e inteligência emocional, na qual se introduz o *coach* pessoal e executivo. O *coach* pessoal busca a auto-realização, alinhando-se para uma vida equilibrada. Já o *coach* executivo exerce a capacitação em relação aos executivos, transformando sua performance nos negócios e trazendo equilíbrio em diversas áreas (JESUS; MANOLESCU, 2008).

As sessões de *coaching* devem acontecer ponderadamente, com a mobilização da equipe e, levantando competências de uma maneira desafiadora, com técnicas adequadas. Desta forma, o processo pode ser conduzido, alinhando o pessoal com as metas determinadas e superando as crenças. Controlando as emoções e alinhando a comunicação, intensifica-se o *empowerment* no indivíduo e aumenta-se a sua participação na empresa (OLIVEIRA, 2012).

O *coaching* entra como uma metodologia em que se trabalham as lideranças, sendo um eixo propulsor focado nas pessoas. É o contexto principal que conecta você com o seu interior, inteirando todas as suas dimensões (MARQUES, 2016).

A função é estimular e ajudar as pessoas a encontrarem em si novas habilidades. Com o envolvimento de duas pessoas, o *coach* e o *coachee* ou aprendiz, caracterizando o vínculo que incentivará talentos. Nesse relacionamento o *coach* orienta, guia, treina e indica a direção a percorrer, aprendendo e deslanchando. O *coaching* capacita a escolha, revelando seu potencial. O corpo humano aprende a movimentar-se e também a planejar a sua carreira, trabalhando com comprometimento e autoconfiança, por meio da interação humana e da relação de igualdade (LIMA, 2015).

O capital humano é a maior riqueza da organização, trazendo impacto positivo e podendo se destacar. O *coach* irá identificar os pontos fortes, as necessidades e os *feedbacks* construtivos. Ele pode ser feito em momentos de contratação, promoção de cargo, gestão de crise e na melhoria interpessoal entre os profissionais, podendo ser aplicado em diversos objetivos como:

- *Coaching* de liderança, que é executado em líderes, ampliando a visão sistêmica e decisões estratégicas;
- *Coaching* de carreira, ajudando a descobrir a vocação, recolocação no mercado e alteração de carreira;
- *Coaching* empresarial, contribuindo para a cultura organizacional, com evolução extraordinária em um curto período de tempo (MARQUES, 2017).

O *coaching* usa uma forma ampla e organizada em todos os departamentos avaliados dentro da organização. Tem-se início definindo as suas metas, para analisar a identificação das necessidades e condução para resultados assertivos rapidamente, além de fornecer suporte aos empresários e criar um planejamento estratégico. É o esforço conjunto dos colaboradores que propiciam a resultância, engajando todos em um propósito - os lucros da empresa - com alta performance. Com pessoas mais produtivas, aumentam-se o valor da organização, contribuindo para o volume dos negócios e para a satisfação no trabalho (RECURSOS HUMANOS, 2017).

O processo proporciona o foco em dois interesses: o da empresa e o do *coachee*. Consequentemente, melhora-se a realização do cliente, sendo um cenário complexo, que envolve diferentes tipos de interesse e viabiliza a ascensão. A intervenção do *coaching* encoraja compreensões pessoais, amparando a aceitação das mudanças diante dos executivos e dando suporte para novas mentalidades de cultura de trabalho (CAMPOS; STOROPOLI, 2015).

O foco é no futuro de uma pessoa, ajudando-a a utilizar os próprios recursos; já no líder, o foco é no empenho do futuro a ser almejado, fortalecendo as organizações com este processo mais refinado, para estar pronto a enfrentar mudanças com maior agilidade. Isso é alcançado compreendendo as plenas oportunidades de suas funções, com amplas tarefas que exerce, orientando o uso da sabedoria, agregando valor ao trabalho do liderado, investindo tempo e trazendo benefícios,

conquistando a fidelidade de seus empregados, assim como, buscando eficiência no que faz e superando expectativas nos momentos de crise (JESUS; MANOLESCU, 2008).

O líder que comanda um projeto precisa do auxílio de sua equipe, ajustando a sua capacidade de coordenar e melhorando sua visibilidade dentro da empresa. Mas somente quando o liderado estiver pronto para aprender um novo conhecimento, é que a sua ação será eficiente, valorizando o que foi aprendido e levando em destaque um autocontrole que o gerente deve possuir (JESUS; MANOLESCU, 2008).

Para acelerar o processo para o sucesso é necessário o traçado de um mapa mental, pois o comportamento da equipe refletirá na organização como um todo. Assim, o *coach* irá identificar e adequar esses fatores. É o meio mais adotado hoje nas corporações para ressaltar potencialidades, é a metodologia que elevará a qualificação profissional, aplicando bem as técnicas. Um fator crucial é saber gerenciar as emoções, e isso representa uma ferramenta poderosa de motivação. Após traçar as necessidades e os perfis da equipe, a ação do *coaching* poderá somar forças visando alcançar aquilo que mais se deseja dentro da organização - a sua rentabilidade (OLIVEIRA, 2012).

Conhecer a cultura organizacional é de extrema importância, uma vez que as empresas se diferem umas das outras. Isso influenciará tanto no modelo de liderança, como no padrão a ser desenvolvido. É necessário, então, desenvolver um plano individual para preencher as principais lacunas, escolher os modelos apropriados (pois o *coaching* é um processo dinâmico) e possuir um acompanhamento sistemático, com reavaliação comparativa (VIEIRA, 2017).

O *coaching* acontece através de diálogos e contínuo *feedback*, focados na pessoa, por um curto prazo, para atingir aquilo que se propõe. Esse processo induz a transformação, através da reinvenção do modo de pensar e agir, conduzido por uma fase dirigida e participativa de aprendizagem. Para a reestruturação do ambiente é primordial a mudança de hábitos, sendo essencial que a empresa realize constantes diagnósticos de desempenho (LIMA, 2015).

O *Coach* precisa ser feito por alguém de confiança, que ensine o que deve ser feito, analisando as situações e raciocinando sobre as consequências dos feitos realizados. A atenção e a percepção também são outros fatores relevantes.

As pessoas precisam de estímulo na sua trajetória profissional, pois a economia está emergindo. As empresas têm buscado novas ideias para driblar a exigência em um mercado tão competitivo: elas precisam criar ambientes adequados para contribuir com a evolução do colaborador, incorporando-o de forma coerente (LIMA, 2015).

O *coaching* empresarial dentro de uma organização é essencial, pois o líder no seu dia a dia precisa gerenciar e otimizar o tempo, executando algumas tarefas e delegando outras aos colaboradores, visando resultados consistentes. Empresas de todo o mundo utilizam este método,

ampliando estratégias de liderança, a visão de negócio e sua gestão, com tomada de decisões mais afetivas. Com prazos determinados, as sessões podem ser semanais, quinzenais ou mensais, de forma sintonizada com os valores, o que proporciona autoconhecimento, potencializa os pontos fortes e elimina os negativos (MARQUES, 2018).

Em pesquisa foi mostrado que 52% das empresas americanas utilizam o *coaching*, percentual que sobe para 55% quando se aborda o aspecto global. O *coaching* como treinamento aumenta a vantagem competitiva sobre os concorrentes, elevando sua receita e valor diante do mercado. Ele é um suporte essencial para que os líderes não se percam por falta de autogerenciamento, pois quanto mais se conhece, mais se potencializa. Assim é possível estar preparado para enfrentar qualquer desafio, bem como estabelecer com clareza sua missão, propósito de vida e prosperar em todos os sentidos. O *coaching* é uma ferramenta que irá expandir melhores políticas de gestão, estabelecendo uma liderança mais empreendedora e humanizada, capaz de acelerar o empenho (MARQUES, 2018).

As experiências e vivências do líder permite que o mesmo consiga se adaptar a cenários diferentes, tendo que se moldar a diversos comportamentos humanos e sociais. Ele traz uma evolução nova, dinâmica e constante, junto com a capacidade de reaprender. O alcance da competência é global, pois atualmente estamos em um ambiente mutável, por isso o *coaching* é um processo motivador, que conduz as pessoas a saberem agir voluntariamente, se replicando aos subordinados. Através da liderança inspiradora, as pessoas têm autonomia para tomar decisões e encontrar felicidade no trabalho e na vida, encontrando um novo sentido para a sua existência (KOPPE, 2015).

O *leader coach* precisa ser um modelo e exemplo para os que querem alcançar o sucesso, com contínua atualização na sua formação e acompanhamento de técnicas que comprovam na prática os efetivos resultados. Isso norteia as ações de maneira ética, com aprimoramento do perfil por meio de determinadas habilidades e elevação do nível, refletindo na qualidade de vida (KOPPE, 2015).

Diante das exigências dos líderes contemporâneos em consolidar metas satisfatórias, o *coaching* ensina novas regras as pessoas, alterando expectativas e usando sua força e energia: é o entrelace de forma estruturada do atual para onde se quer chegar. As descobertas de uma situação ocorrem quando se altera a forma de avaliar, promovendo várias ações. Isso diferente em cada gestor, tornando única a sua atuação, já que em cada atitude é revelado o estilo pessoal de constituir as coisas, com foco nos resultados observáveis e mensuráveis, além de reorganização dos aspectos desejáveis (HUBER, 2014).

Desta forma, esta sustentação usufrui de maneira extrema a aptidão dos funcionários, conseguindo desfrutar de todos os departamentos, estimulando o envolvimento para trabalhar sua função de forma mais assertiva. Por isso, os grandes empresários estão inserindo esta ferramenta no dia a dia (RECURSOS HUMANOS, 2017).

O *coaching* nas vendas apresenta estratégias, artifícios, procedimentos, nas quais, o negociante consiga alcançar uma determinada equivalência no seu atendimento, aprimorando a convivência com o seu cliente (MARQUES, 2017).

Sendo assim, é determinação da organização cautelar com os colaboradores, gerando a eles possibilidades, percebendo que a prática traz a implementação de discursos para a posterior motivação. Sendo relevante traçar um mapa de perfil e tendências de desempenho, tornando possível verificar como um indivíduo compõe suas condutas, melhorando a construção do companheirismo interpessoal (MARQUES, 2019).

O processo torna plausível as pessoas se resultarem em mais proveitosas e vantajosas, tornando os executivos mais rentáveis para a empresa, verificando nas consequências factíveis, o aumento do volume nas transações e o contentamento no trabalho. As organizações precisam que seus capacitados encontrem-se engajados e comprometidos, para que haja satisfação em todos os cargos (RECURSOS HUMANOS, 2017).

Dirigir uma empresa por não ser uma tarefa fácil, exige que são necessários aprendizados no ramo de administração e outros específicos na área em que a organização atua, que abrange disposição em focar, sabendo a importância da prioridade em cada tarefa, para que o acúmulo não torne a atrapalhar a conduta (SBCOACHING, 2018).

Além do mais, os *coaches* avaliam o panorama com um olhar particularizado, emanando *insights* benéficos nos demais campos, como também proporcionando *feedbacks* sólidos. Possuir um *coach* no ambiente de trabalho é disponibilizar de um profissional direcionado na condução de competências e crescimento tanto na produção, quanto na cordialidade entre os colaboradores (SBCOACHING, 2019).

Avaliar a predisposição, o controle sobre atuação em condições de pressão e a versatilidade em exposição a mudanças nos ambientes. O *Leader Coach Training* vem para aprimorar a alta performance em líderes, para quem está tornando ou já o exerce, sendo útil na transmissão do retorno assertivo, como fazer a auto avaliação e como construir uma escala de embasamento (MARQUES, 2019).

No entanto, o *Business coaching* é destinado para empreendedores, estabelecendo aspectos primordiais para engrandecimento do negócio. Um dos itens é a composição da cultura da empresa, como a sua saúde relacionada a finanças e a incansável partida pela influência de mercado (SBCOACHING, 2019).

Uma das equidades que o líder deve compor é na área de comunicação, sendo de fundamental importância saber se transparecer com os fornecedores, clientes e demais do convívio organizacional, ou seja, com todos os *stakeholders* (SBCOACHING, 2018).

Porém, além de transmitir a mensagem é ter a compreensão em saber ouvir, para que se consiga promover um diálogo e consciência às ideias dos outros componentes, dando o devido espaço a todos. Embora existam muitas técnicas, cada pessoa é única na forma de se expressar e agir (SBCOACHING, 2018).

Entrando no aperfeiçoamento da sociabilidade para abranger os diferenciados tipos de pessoas, como também funciona a liderança situacional, para saber moldar as transições entre as gerações e saber montar as perguntas poderosas (MARQUES, 2019).

É imprescindível que os profissionais busquem pela contínua evolução, pois o método eleva a capacidade de alterar o presente, superando a se emponderar, continuando com a essência, mas em uma consistência mais ampla (MARQUES, 2019).

Para isso acontecer, o cliente deve estar disposto a se empenhar no processo que o *coach* o orientou, para concluir as ações, pois mesmo sendo um serviço que se contrata, para dar os resultados concretos ambas as partes devem fazer o estabelecido, gerando ações para concluírem esses pontos, sendo a função primordial do *coaching* para negócios, tornando variáveis os exercícios do administrador (SBCOACHING, 2018).

A preparação consiste em ajudar no comportamento, na diminuição do estresse e superar crenças limitantes, o que proporciona ao método um aumento de investimento de sete vezes em empresas que contrataram *coaches*, sendo a maior parte composta por gerentes, gestores de equipes e executivos, o que mostrou um estudo global feito em 2016 pela *International Coach Federation* (SBCOACHING, 2019).

O *coach* irá promover o seguimento antes de cobrar a performance, apoiando, proporcionando o treinamento dentro das organizações. O aprendiz deve tê-lo como seguidor, tornando capazes de lidar com situações difíceis, sendo atribuído a qualquer profissional, adequando as exigências, formando novos líderes, preparando para transformar, obtendo confiança, controle emocional, elevando a auto-estima e sentindo-se mais motivados (LIMA, 2015).

Portanto é um processo que se concentra em firmar relação com compromisso, ampliando redes, esforço interno e externo. Com esta percepção tais demandas são supridas. É um campo com total atenção nos debates nos meios executivos nos últimos tempos, um bom *coach* é visionário e sabe fazer as perguntas certas. Ele também deve ser analítico para concluir um projeto, por este motivo o *coachee* deve-se ter comprometimento em demonstrar disponibilidade para alcançar as devidas mudança e sentir-se livre para expor suas opiniões e ideias. Assim, quanto maior importância for dada, mais significados serão atribuídos ao *coaching* (BASTOS; BORGES; ISAMI, 2017).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de *coaching* tem impulsionado o cenário empresarial contemporâneo, com reconhecimento daqueles que o compõe, expandindo a consciência, trazendo mudanças positivas e vencendo barreiras. Desenvolvendo pessoas com esta ferramenta é uma maneira de obter resultados duradouros, evoluindo progressivamente e estabelecendo um aperfeiçoamento contínuo.

Para atingir o patamar que se espera, deve-se aprimorar os modelos mentais dos líderes e posteriormente da equipe, para que estejam aptos a novas responsabilidades, fazendo com que este mercado se expande. Com elevação desse conceito, haverá harmonia interior e disposição para a vida, fazendo com que ao longo do processo o indivíduo aprenda a melhorar a sua vida pessoal e profissional, alcançando metas traçadas.

Com a presente pesquisa podemos verificar que é um método que persuade os *coachees*, proporcionando maior conhecimento e agilidade, o que torna o desempenho rentável dentro das empresas. Ele aprimora os relacionamentos interpessoais com aceitação da sua maneira de ser e das pessoas do seu convívio, facilitando a resolução dos conflitos.

O *coaching* está fundamentado na inteligência do mercado, que ao longo dos anos, tem se tornado uma das principais perspectivas das organizações. Com base nisso, todos os programas de *coaching* devem ser conduzidos por profissionais certificados, garantindo a satisfação do cliente. O *coach* ganha um espaço na profissionalização, sendo uma competência a mais que os gestores devem conquistar.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, F. C. C., BORGES, F., ISAMI, B. D. G. Coaching como Processo de Desenvolvimento de Lideranças, **Site ENANGRAD**, Rio de Janeiro, RJ, 2017. Disponível em: <http://www.enangrad.org.br/2017/pdf/2017_ENANGRAD394.pdf>. Acesso em: 13 nov.2018.
- BOTELHO, E. **A Empresa Inteligente**, São Paulo: Atlas, 1994. p. 97-99.
- BOULDIN, B. M. **Agentes de Mudança**, São Paulo: Makron Books, 1993.p. 7-83.
- CAMPOS, T. M., STOROPOLI, J. E. Aplicação de coaching em empresas: um meta estudo sobre e evolução das pesquisas em um periódico internacional especializado, **Revista Administração em Diálogo**, São Paulo, SP, v. 17, n. 2, 2015. p. 23-40. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/viewFile/16307/17422>>. Acesso em: 07 nov.2018.
- HUBER, C. M. O Processo de Coaching para o Desenvolvimento de Competências de Gestores, **Centro Universitário Católica de Santa Catarina**, Joinville, SC, 2014. Disponível em: <<http://www.catolicasc.org.br/joinville/wp-content/uploads/sites/2/2015/07/O-PROCESSO-DE->

COACHING-PARA-O-DESENVOLVIMENTO-DE-COMPET%C3%80NCIAS-DE-GESTORES.pdf>. Acesso em: 13 nov.2018.

JESUS, R. G. C, MANOLESCU, F. M. K. Os benefícios do Coaching Nas Organizações, In: XII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e VIII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, **Anais Eletrônicos**, Paraíba, PB, 2008. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivosINIC/INIC0030_01_O.pdf>. Acesso em: 07 nov.2018.

KOPPE, C. P. Desenvolvimento de Pessoas por meio do Processo de Coaching, **Centro Universitário UNIVATES**, Lajeado, RS, 2015. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1011/1/2015CassioPachecoKoppe.pdf>>. Acesso em: 13 nov.2018.

LIMA, L. S. O Papel do Coaching na Organização, **RH Portal**, Belo Horizonte, MG, 2015. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/papel-do-coaching-na-organizacao/>>. Acesso em: 12 nov.2018.

MARQUES, J. R. O Poder do Coaching nas Empresas, **Blog JRM**, São Paulo, SP, 2016. Disponível em: <<https://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-poder-do-coaching-nas-empresas/>>. Acesso em: 07 nov.2018.

MARQUES, J. R. Qual é o Papel do Coach dentro de uma Empresa, **Portal IBC - Instituto Brasileiro de Coaching**, Goiânia, GO, 2017. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/qual-e-o-papel-do-coach-dentro-de-uma-empresa/>>. Acesso em: 12 nov .2018.

MARQUES, J. R. O que é Coaching Empresarial? **Portal IBC - Instituto Brasileiro de Coaching**, Goiânia, GO, 2018. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/o-que-e-coaching-empresarial/>>. Acesso em: 12 nov.2018.

MARQUES, J. R. Confira a importância do coaching nas empresas, **Portal IBC - Instituto Brasileiro de Coaching**, Goiânia, GO, 2019. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/confira-a-importancia-do-coaching-nas-empresas/>>. Acesso em: 1 abr.2019.

OLIVEIRA, I. O que o Coaching pode fazer por sua empresa, **Portal Administradores**, João Pessoa, PB, 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-que-o-coaching-pode-fazer-por-sua-empresa/66124/>>. Acesso em: 07 nov.2018.

RECURSOS HUMANOS. A Importância do Coaching para Empresas, **Site SLAC – Sociedade Latino Americana de Coaching**, São Paulo, SP, 2017. Disponível em: <<https://www.slacoaching.com.br/artigos-do-presidente/coaching-para-empresas>>. Acesso em: 12 nov.2018.

SANTOS, E. R. M. **Comunicação na Pequena, Média e Grande Empresa**, Rio de Janeiro: Ediouro, 1980. p. 70-73.

SBCOACHING. Coaching para negócios: quais as vantagens para sua empresa, **Site SBCoaching – Sociedade Brasileira de Coaching**, São Paulo, SP, 2018. Disponível em:

<<https://www.sbcoaching.com.br/blog/tudo-sobre-coaching/coaching-para-negocios/>>. Acesso em: 1 abr.2019.

SBCOACHING. Coach nas empresas: o papel e importância do coaching empresarial, **Site SBCoaching – Sociedade Brasileira de Coaching**, São Paulo, SP, 2019. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/tudo-sobre-coaching/coach-nas-empresas/>>. Acesso em: 1 abr.2019.

SOBANSKI, J. J. **Prática de Orçamento Empresarial**, São Paulo: Atlas, 1992. p. 15-57.

VIEIRA, N. Como o Coaching Contribui para o Desenvolvimento de Lideranças, **Portal Administradores**, João Pessoa, PB, 2017. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/como-o-coaching-contribui-para-o-desenvolvimento-de-liderancas/107704/>>. Acesso em: 12 nov.2018.

WEITZEN, H. S. **Hiper-Crescimento: Como e Por Que Algumas Empresas Internacionais Mantêm nos Últimos Dez Anos Crescimentos Constantes**, São Paulo: Makron Books, McGraw-Hill, 1993. p. 4-132.