

## COACHING COMO INTERESSE NO SUCESSO PROFISSIONAL

Jannia Pereira de Moraes Marques

João Messias da Mata\*

Hélcia Daniel da Silva\*\*

**RESUMO:** A ferramenta *coaching* é um processo de suporte a profissionais visando o atingimento de metas de indivíduos por meios da aprendizagem de novas competências. Tem recebido grande destaque no contexto de desenvolvimento pessoal e profissional, com ampla abordagem por pessoas de diferentes áreas e instituições que oferecem formação sobre a temática, ainda que cientificamente venha sendo pouco explorado até os dias atuais. Os tipos de *coaching* são diversos e distintos entre si, e o *coaching* carreira aparece como ferramenta de construção para o sucesso. O presente estudo objetivou apresentar o *coaching* como interesse para o sucesso profissional, analisar sua importância e identificar os motivos de tornar-se um profissional *coach*. Realizou-se uma pesquisa bibliográfica exploratória, considerando os artigos e livros que descrevem o *coaching* com abordagem profissional. O estudo de campo também foi um recurso utilizado nessa pesquisa, com coleta de dados via entrevista semiestruturada com três profissionais *coaches*. Por meio desse estudo concluiu-se que o tema abordado está gradativamente se destacando pela precisão do método em alcançar objetivos tanto pessoais quanto profissionais.

**Palavras-chave:** *Coaching*. Mercado trabalho. Profissão. Sucesso profissional.

### 1 INTRODUÇÃO

O mundo dos negócios impulsionado pela globalização econômica, política e tecnológica vem mudando consideravelmente. E programas que visam ajudar os indivíduos a desenvolverem seus potenciais estão em foco, sendo o método *coaching* uma das principais ferramentas mais procurada, pois, considera que as pessoas junto com essas mudanças podem vir apresentar dificuldades quanto as suas habilidades e adaptações. A aprendizagem é constante nessa nova forma de trabalho, um contínuo processo de transformação.

O presente estudo elucidada a temática do *coaching*. De que é necessário ampliar o conhecimento sobre a evolução deste método. Conhecer sobre a metodologia utilizada e

---

\* Discentes do Curso de Pós Graduação MBA em Gestão de Pessoas e Liderança Empresarial, do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, da Faculdade Alfredo Nasser.

\*\* Doutora em Psicologia pela PUC-GO em dezembro de 2015. Mestre em Administração pela Unisinos/RS em 2010. Especialista em relações públicas, especialidades e gerência de marketing. Graduada em administração de empresas pela Unianhanguera (1999). Professora da Universidade Federal de Goiás, na regional da Cidade de Goiás.

empregada, para fins de desenvolvimento científico e tecnológico com fins de remodelação da situação universal.

Um desafio de ampla complexidade posto a prova a profissionais envolvidos no desenvolvimento de pessoas é o de esboçar um projeto de carreira e de vida compatível com as competências, interesses e valores do indivíduo, surge então um novo estilo facilitador ou *coaching*, que vai de encontro a essas expectativas.

A problemática do vigente estudo ressalta a seguinte pergunta, o que é o *coaching* para o sucesso profissional no mercado atual?

E dentro de um contexto de estudos tem como objetivo geral apresentar o *coaching* como interesse profissional para o sucesso no mercado de trabalho. Já os objetivos específicos é analisar a importância da ferramenta *coaching* como profissão, assim também como identificar os motivos que impulsionam ao interesse de tornar-se um profissional *coach* e apresentar a ferramenta *coaching* como sucesso no mercado profissional.

A metodologia adotada é o estudo realizado por meio de documentação indireta, através de pesquisas bibliográfica com estudo em livros, artigos e dissertações. A pesquisa refere-se a uma abordagem metodológica através do método exploratório, proporcionando maior conhecimento sobre o tema proposto, através de um questionário aplicado a profissionais *coach* para maior discernimento do assunto abordado.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Mercado Trabalho**

O desemprego e a precarização das condições de trabalho em um grau crescente e de deterioração vêm com um amplo e vertiginoso desenvolver no Brasil, segundo informa os mais variados meios de comunicação.

A questão de desemprego desde o século XX têm sido motivo de preocupação nos países desenvolvidos, a partir da crise do modelo taylorista o crescente números de desempregados aumentaram de maneira a atingir as formas de subemprego, como os empregos informais ou precários. Os governantes de países desenvolvidos delegavam a responsabilidade da causa a

qualificação inadequada decorrente das habilidades que o indivíduo tinha a oferecer e a demanda exigida no mercado em meio a era da informação (CASTELLS,1999).

Já no Brasil o contexto desemprego que ficou na história foi na década de 90, no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998). Os recursos de trabalho nessa época tornaram-se escasso, de intensidade e amplitude nacional como nunca visto na história do País (MATTOSO,1999).

Na década de 90 faltava mão de obra qualificada nas empresas, onde se tinha a vaga disponível e por falta de conhecimentos específicos não alcançava o trabalho formal, a partir daí as pessoas procuraram melhorar seus desempenhos para atender as necessidades das empresas, e nos dias atuais pela crise econômica governamental as vagas nas organizações tornaram-se escassa e cada vez mais exigente, e dessa forma buscar métodos novos de trabalho é uma alternativa.

Na atualidade da história socioeconômica do Brasil, os setores públicos e privados das organizações vêm em constantes mudanças. E o desenvolvimento contínuo dos colaboradores na esfera pública que demandam essas buscas constantes de conhecimentos se faz necessária para atender as exigências do mercado e um eminente desempenho no trabalho (ENAP, 2009).

Hoje em dia, no atual momento, a crise econômica leva organizações a diminuírem seus quadros de funcionários, e nesse contexto o desemprego assola muitos indivíduos, mesmo possuindo qualificações estes entram em um mundo competitivo que sobressairá o melhor, diante do número de pessoas que cada dia mais buscam aperfeiçoar suas habilidades e competências.

Para Neri (2000) o que se esperam das pessoas no trabalho hoje não é o mesmo que se esperava anos atrás, a sociedade passa por mudanças estruturais que afetam diretamente as estratégias das organizações e decisões empresariais, devido o processo de globalização econômica, políticas e tecnológicas.

O autor afirma que as organizações estão passando por interessantes processos de transformações e são forçadas pela necessidade de competir e de sobreviver em um mercado dinâmico e principalmente globalizado. Essas transformações organizacionais exigem processo de mudanças dos indivíduos a um nível comportamental, tornando a necessidade de investimento e qualificação dos trabalhadores.

Para Fleury & Fleury (1995) a realidade organizacional é um contínuo processo de transformação e inovação que resultam em um importante desenvolvimento cultural e aprendizagem, essa abordagem baseia-se em conceito desenvolvido por Senge (1990) o *learning*

*organization*, que evidencia as disciplinas fundamentais para o processo de aprendizagem em grupo, sendo fundamental para a dinâmica da organização no processo da aprendizagem operacional e conceitual para ocorrer em todos os níveis da organização.

As mudanças organizacionais podem ser implementadas com os procedimentos que permitem as pessoas aprenderem primeiramente de forma individual e depois ampliando seus conhecimentos em nível grupal e organizacional, fazendo surgir a modalidade de intervenção de um profissional para conseguir mudanças nas organizações surgindo então a necessidade do *coaching*.

## **2.2 Histórico e Definição de *Coaching***

Blanco (2006) destaca sua contribuição na história *coaching*. A autora elucida que a origem do termo *coaching* remodela a região de Hungria no século XV, particularmente a cidade de *Kocs*, onde fora criado uma condução que concebeu a palavra *Kocsi*, que traduzida para o alemão *Kutsche* e *coache* para o francês. Essa condução equiparava-se a uma carruagem. Então *coache* foi relacionada a veículo e, posteriormente associado às figuras de guia, tutor, instrutor e treinador.

Para Lages e O'Connor (2010) *coaching* e *coach* por vezes são confundidos: *Coach* vem do inglês que significa carruagem, transporte de tração animal que conduziam indivíduos com elegância, de um lado para outro. Nessa configuração a metodologia *coaching* realiza também o significativo papel de guiar a pessoa da atual circunstância ao objetivo almejado. Adiante a utilização dessa ferramenta foi correlacionada a conselheiros de estudantes universitários.

Segundo Landsberg (1996) o processo *coaching* procura elevar o desempenho e capacidade de potenciais de aprender das pessoas, utilizando técnicas como incentivo para motivação, feedback, adequação da forma gerencial do *coach* para atender com presteza aos *coachees*. Assim, dessa forma o processo concentra-se em apoiar o *coachee* a se auto-ajudar, em uma relação dinâmica.

Atualmente fala-se de diversos métodos para aprimoramento de potenciais, em um mercado profissional extremamente competitivo, e o *coaching* é destacado dentre esses como um exercício profissional, originado nos Estados Unidos, na década de 1980. A princípio o *coach*, o profissional que prestava assessoria, era um indivíduo experiente, sábio, com conhecimentos especializados, com credibilidade profissional e princípios éticos. Empresários em busca de

soluções para enfrentar a concorrência do mercado em tempos de oscilações nas empresas buscavam informações, buscavam ajuda dessas pessoas (CHIAVENATO, 2002).

Na opinião de Diniz (2005) o termo *coaching* foi introduzido na literatura gerencial, e na década de 80 a definição de *Executive coaching* fora apontada como uma forte disciplina. Esta ferramenta possui algumas determinações terminológicas:

- *Coaching*- metodologia, ferramenta utilizada no indivíduo, com foco em seus potenciais.
- *Coachee*- pessoa que recebe a orientação *coaching*.
- *Coach*- profissional capacitado que orienta o processo.

Devido aos avanços tecnológicos, houve mudanças nas organizações, tornando-o mais competitivo, e as opções para o consumidor são diversas. Esses avanços são permitidos pela criatividade das pessoas. E identificar potencial em profissionais, para estes responderem aos objetivos organizacionais através de ferramentas metodológicas, utilizadas para explorar de forma positiva suas habilidades diferenciando um profissional de outro.

### **2.3 Tipos e Características do *Coaching***

Já as características do *Coaching* para Lages e O'Connor (2010), são diversas e distintas entre si, mas as habilidades e estratégias envolvidas são iguais, somente aplicadas em diversas áreas, e de conformidade com a área aplicada. E descrevem os tipos mais comuns, e suas características como descrito abaixo:

- *Coaching* de Vida: O profissional *coach* trabalha com a vida do *coachee* em todos os aspectos.
- *Coaching* Executivo: O *coach* executivo lida com *coachee* que tem autoridade e poder dentro de uma organização.
- *Coaching* de Empresa; Um *coach* empresarial emprega a ferramenta *coaching* nas questões profissionais das pessoas.
- *Coaching* de Carreira: *Coach* de carreira ajuda o indivíduo a mudar de profissão, encontrar um emprego, ou regressar ao mercado de trabalho.
- *Coaching* Esportivo: O início do *coaching* foi em esporte, e muitas das técnicas do *coaching* de times são utilizadas satisfatoriamente na área empresarial.

Na perspectiva de Regis et al (2007) o *coaching* é caracterizado por um procedimento constante e preparado, conduzido para execução.

Já Chiavenato (2002) reporta que a ferramenta *coaching* é caracterizada pelo valor que ela acresce ao vínculo entre *coach e coachee*, fundamentando um elo que estimula o talento, gerando capacidade, conhecimento, e impulsiona, fortalecendo o potencial.

Conforme os estudos de Rego et al (2007), os aspectos fundamentais das características do *coaching* são sete: Cliente; *Coach*; Processo de influência; Definição e concretização de objetivos; Auto-eficácia, melhor desempenho, desenvolvimento de potencialidades e da autoconfiança, realização pessoal; Maior valor para a organização; Maior empregabilidade.

Caracteriza-se a ferramenta *coaching* dentro de um contexto definido por vários fatores, todos eles embasados em seus pilares metodológicos, pelo qual o processo seguido é fundamentado no objetivo almejado.

## **2.4 Coaching Carreira**

Na visão de Sampaio (2011), a carreira profissional está ligada ao projeto de vida do indivíduo, com toda sua trajetória, em um âmbito remoto e extenso quanto á tempo e lugar. A atividade profissional é a carreira, um percurso de ocupações percorridos durante toda a vida de um indivíduo. E a perspectiva está voltada para as inúmeras possibilidades, envolvendo suas possíveis realizações, dentro deste tempo de percurso.

O *coaching de carreira*, diante ao mercado competitivo e exigente aparece como uma ferramenta de construção profissional de sucesso. Na intenção de assessorar e desenvolver as competências profissionais oferecendo a chance de converter os desafios e dificuldades em possibilidades de destaque no mercado de trabalho (STACHIU, 2013).

De maneira a encontrar inclusão social, por meio da carreira e empregabilidade, indo de encontro a valores, escolhas assertivas, satisfação pessoal, além da contribuição financeira, não apoiado apenas em conceitos, pode-se definir o *coaching* de carreira, dentro de um contexto real de informações.

Já a regulamentação da profissão *Coach* no Brasil, até os dias atuais não fora concretizada, embora já exista desde 2009 um projeto de regulamentação na Câmara dos Deputados, de Lei nº 5.554/2009. Instituições especializadas faz o treinamento *coaching*, e estas instituições são além de especializadas certificadoras, reconhecidas pelo mercado, que

treinam, certificam profissionais graduados, porém estes não necessitam ter uma formação acadêmica específica para tornar-se um *coach* (CLUTTERBUCK, 2008; MATTA, 2008).

O *coach* tem amplo conhecimento dentro do mercado de trabalho, utilizando variáveis técnicas para desenvolvimento de potenciais de indivíduos. Observa-se que a atividade *coaching* é uma operação refinada utilizada na liderança, objetivando ao elevado desempenho de indivíduos (OLIVEIRA, 2009).

A profissão *coach* está cada vez mais presente e divulgada diante o mercado competitivo, organizações que visam apostar em competências e potenciais para sobressair-se.

### **2.5 Coach - Perfil e Habilidades**

E pelos pressupostos de Heinfetz (1999), o perfil de competências do profissional *coach* é caracterizado partindo dos conhecimentos, habilidades e valores que alicerçam as atitudes.

Nessa mesma linha de raciocínio Oliveira (2009), descreve que no ambiente atual é preciso crescer, aperfeiçoar conhecimentos e competências, instruir-se, capacitar-se para batalhar e habilitar indivíduos, estar atualizando conhecimentos e empreendendo ideais.

As habilidades de um *coach* eficaz segue o saber ouvir, resumir e repetir, fazer uso do silêncio, realizar perguntas de interesse, auxiliando o *coachee* a se auto-entender. Oferecer ao *coachee* retorno, sugestões, desafios, inovação e instrução através do conhecimento e sabedoria *coach*. Fazer com que o indivíduo tenha consciência de si mesmo e das delimitações, ser lúcido e esclarecer suas intenções. Através da ferramenta *coaching* proporcionar ao *coachee* segurança, guiando o interesse e objetivos da pessoa. Garantir um ambiente livre de julgamento por parte do *coach*, fazendo com que haja o entendimento, a parceria dentro de um vínculo amigável, garantindo que o *coach* vá de encontro as necessidades do *coachee* (DOWNEY, 2003).

Em conformidade com a profissão *coach*, não basta apenas querer ser, deve-se saber lidar com os desafios da profissão, além do conhecimento, competências e habilidades, aplicando-o de forma eficaz e segura, dentro de um contexto singular.

### **2.6 Coach- Atribuições e Competências**

Na percepção de Araújo (1999) o *coach* deve estar atento ao indivíduo, ao que fala e ao que deixa de proferir, entendendo a real razão do que disse ou não, e o que a levou a exprimir

aquela fala. E além de ouvir o que se passa através das palavras expressadas pelo *coachee*, o *coach* deve entender através da superficialidade das expressões. A autora ainda reporta que indícios de alerta são perdidos em decorrência de não estar preparado para escutar as pessoas. O *coach* deve auxiliar o *coachee* a objetivar a própria visão, levando-o a reconhecer seus potenciais e explaná-los em todos os seus ideais.

Em Reis (2008) é possível encontrar o seguinte esclarecimento, a linguagem corporal fornece importantes informações para o *coach*, para que este continue a desempenhar os procedimentos *coaching*. Dentre inúmeras obrigações do *coach* com o cliente, ressalta-se incitá-lo a descobrir seus fundamentais valores e expressá-los, de forma a aumentar sua integridade pessoal, assim como também desafiá-lo a idealizar seus objetivos através do entusiasmo e, habilitá-lo a lidar com os desafios emocionais e sociais.

O contexto da relação entre *coach* e *coachee* é evidenciada pela capacitação e aprendizagem autônoma, onde o *coach* deve utilizar de suas competências para explorar de forma positiva seu cliente, fazendo-o alcançar seus propósitos.

Na visão de Silva (2013), as competências do *coach* são importantes e podem ser pontuadas em: comunicar- motivar- planejar- transformar- ter uma visão sistêmica- ser ético e ter caráter- ter flexibilidade- adaptabilidade e resiliência.

Partindo das fases da ferramenta *coaching*, Clutterbuck (2008) também descreve algumas competências profissionais do *coach*:

- Conhecer a teoria *coaching*;
- Saber escutar;
- Saber observar e avaliar desempenhos;
- Dar feedback;
- Aptidão para estabelecer metas, e estimular o indivíduo a atingí-las;
- Dar estímulos aos *coachees* resistentes;
- Motivar indivíduos a interagir entre si fazendo papel de *coach*;
- Capacidade para diálogos sociais, técnicos, táticos e estratégicos;
- Apresentar boa prática quando preciso for;
- Ter auto-percepção;
- Habilidades para perceber mudanças comportamentais;
- Ser especializado e ter experiência de desempenho;
- Estar apto ao aconselhamento.

O grau de competências do *coach* diversifica conforme a complexidade de atuação. Diante esse leque de atributos inseridos em suas responsabilidades profissionais, para manter-se atualizado e atingir seus objetivos este deve estar em constante busca de conhecimentos (MATTA, 2008).

A profissão *coach* abraça um contínuo aprendizado, para ser utilizado e explorado em forma de ação, de saber como fazer, apoiando e desenvolvendo competências dentro das mais variadas áreas.

## **2.7 A Importância do Coaching para o Sucesso**

A *American Management Association* em uma pesquisa apontou que a capacidade de benefícios alcançados com a ferramenta *coaching* como, um grau maior de sucesso nos dias atuais é superior aos tempos passados (AMA, 2008).

O sucesso para carreira em *coaching* seguem algumas referências consideradas essenciais: Alinhamento, Foco, Paciência, Persistência e Atitude. Quando que no alinhamento é considerada a aptidão pela profissão e a ligação a ela. No foco o *coach* deve estar ligado ao objetivo. Já na paciência o referencial é o saber esperar. Na persistência a estrutura emocional deve ser forte para enfrentar os infortúnios da caminhada. Quanto na atitude o *coach* deve fazer com que aconteça (PAULA, 2005).

Segundo Paula (2005), quando o objetivo é a solução, e não o problema, o profissional de forma estratégica procura meios, contorna dificuldades, tem ação convincente junto as pessoas, compromete o grupo e realiza o proposto. O foco na solução constitui o aspecto mais valioso da busca pelo sucesso de um profissional.

A importância de ter-se um foco, um objetivo e contar com ferramentas para alcançá-los está cada vez mais presente na vida da maioria dos profissionais que almejam sucesso, e o *coaching* apresenta fundamentos e estratégias para obter resultados satisfatório, não apenas na vida profissional mas também, na vida pessoal do indivíduo. A crescente busca das pessoas por apoio junto aos objetivos particulares e organizacionais está em expansão, nesse período de crise econômica e emocional e mediante a tantos desafios.

## **2.8 Atributos do Coach**

Entende-se que as pessoas tornam-se únicas e diferentes, associando-as a sua cultura, relações sociais e experiências.

Dessa forma alguns estudos apontam os líderes pelos seus pontos de personalidade, tendo em vista a aparência pessoal e as atitudes, por ser uma característica distinta da personalidade, diferenciando-as das demais pessoas (CHIAVENATO, 2004).

As principais características de um *coach* além da formação acadêmica e do conhecimento da ferramenta *coaching* deve abarcar a integridade, a confiança, experiência de nível e de desenvolvimento (JOO, 2005).

Já Connor e Pokora (2007) reportam que os estilos distintos dos *coaches* como os valores e a personalidade são de grande importância para o relacionamento com o *coachee*.

Blackam (2007) diz que os atributos do *coach* como a honestidade, a organização, a autoconfiança, a personalidade idêntica a do cliente e a cordialidade são determinantes que contribuem para eficiência do profissional *coach*.

Alguns estudiosos da ferramenta *coaching* descrevem que todos os indivíduos de alguma forma é *coach*, se acompanha, auxilia, aconselha alguém, de certa forma é *coach* dessa pessoa. E a ideia de que a pessoa nasce com a aptidão, o perfil para determinada profissão também está sendo mudada, acredita-se que se o indivíduo buscar conhecimentos, aperfeiçoar suas habilidades, esforçar-se com determinação para exercer uma tarefa profissional este sobressair-se bem e alcançará seus objetivos.

### **3 METODOLOGIA**

O conhecimento científico busca esclarecer os fenômenos, as leis que os governa e suas causas. A metodologia serve para o progresso da pesquisa científica, como um todo. Em qualquer pesquisa é de suma importância definir os procedimentos metodológicos.

Alguns critérios internos são necessários para que um conhecimento alcance o status de científico, levando em consideração alguns fatores importantes como a coerência, consistência, originalidade, relevância e objetividade. Para Fachin (2013) “[...] a literatura metodológica mostra que o conhecimento científico é adquirido pelo método científico e, sem interrupção, pode ser submetido a testes e aperfeiçoar-se, reformular-se ou até mesmo avançar-se mediante o mesmo método”.

Conforme Silva (2008), o pesquisador deve apontar e esclarecer o perfil da pesquisa que o estudo realiza, fundamentando cada fator de classificação e em conformidade com o tema e objetivos da pesquisa. É necessário utilizar as citações para valorizar a argumentação, assim como toda e qualquer fonte deve ser referenciada.

Para Gil (2008), o estudo de campo procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado, e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrente naquela realidade.

O questionário para o autor é um método de investigação composto por perguntas apresentadas por escrito às pessoas, com a finalidade de identificar opiniões diversas, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, contextos vivenciados e outras situações (GIL, 2006).

O pesquisador deve estar atento ao questionário por tratar-se de um recurso irreversível, na eventualidade de um problema que impeça o uso desse instrumento, é necessário um novo levantamento, por isso requer um planejamento criterioso (LABES, 1998).

Este trabalho caracteriza-se como pesquisa qualitativa do tipo exploratória, qualitativa em função de que o estudo busca conhecer o fenômeno estudado sob percepção dos envolvidos, como afirma Selltiz et al. (1972), e exploratória devido ao fato de que as informações são a respeito da relação entre programa *coaching* e o desenvolvimento de competências de profissionais *coaches*.

Neste estudo de campo foram realizadas três entrevistas com profissionais *coaches*, com seus conhecimentos em consultorias, foram elaboradas perguntas sobre a metodologia *coaching* como interesse para o sucesso profissional.

As informações obtidas por meio dos respondentes foram examinadas qualitativamente por meios de análises do conteúdo. De acordo com Vergora (2005), a análise do conteúdo é uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de um determinado tema. Minayo (2003) afirma que esse método compreende um conjunto de técnicas de análises das comunicações, essas técnicas visam obter, por procedimentos e objetivos de descrições do conteúdo das mensagens, indicadores que permitem a interferência de conhecimento relativo a recepção das mensagens.

Inicialmente foi realizado um contato por telefone com os profissionais *coaches*, com intuito de convidá-los a participar da pesquisa, explicando os objetivos da mesma. A intenção

era agendamento de uma entrevista presencial com cada participante, mas por tratar-se de profissionais muito ocupados não foi possível a realização das entrevistas pessoalmente. Assim, com o consentimento dos mesmos, foi enviado a ferramenta, via e-mail livre e esclarecido.

Utilizou-se como instrumento dessa pesquisa, um questionário com quatro (04) questões voltada para o profissional *coach*.

### 3.1 Perfil dos Profissionais *Coach*

De acordo com os dados do questionário pôde-se identificar as profissionais *coaches* como:

Participante 1 - Danielle Nogueira de Lima, trinta (30) anos de idade, graduada em biomedicina, e gestora *coach* desde 2010.

Participante 2 - Vanessa Benevides de Oliveira Soares (37 anos) graduada em psicologa/gestora de RH FAEG e diretora de relacionamento com associados ABRH-GO/professora de pós graduação profissional *coach* desde 2015.

Participante 3 - Francislene de Souza Camarotto (40 anos) Administradora e professora *Coach Life* desde 2014.

### 3.2 Descrição dos Dados

Conforme as questões de número 1 (um), 2 (dois), 3 (três) e 4 (quatro) do questionário, os profissionais *coachs* respondem:

#### 1. Qual foi o primeiro contato com a metodologia *coaching*? Como a conheceu?

|  |   |
|--|---|
| (DNL)<br>Participante nº 01<br>Resposta  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Foi através de um MBA em Liderança e Gestão Empresarial que eu fiz no IPOG. Havia uma matéria chamada: Liderança e Ferramentas de Coaching onde eu passei a me interessar muito pelo assunto.</li> <li>Conversei com a Professora – Lúcia Kratz, e descobri sua escola Lucia Kratz – Coach. Que foi onde conclui meu curso.</li> </ul> |
| (VBOS)<br>Participante nº 02<br>Resposta | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conheci em 2011 com o Curso Líder Coach, onde contratei o Instituto ITCO para ministrar o Curso de Líder – Coach Desenvolvimento de Líderes através do Coaching para o grupo de gestores da empresa onde trabalho.</li> </ul>  |
| (FSC)<br>Participante nº 03<br>Resposta  | <ul style="list-style-type: none"> <li>O primeiro contato com a metodologia foi no curso feito na SLAC.</li> <li>Foi assim que conheci a metodologia. Até então era leiga no</li> </ul>   |

|  |                 |
|--|-----------------|
|  | <i>assunto.</i> |
|--|-----------------|

Fonte: primária (2016).

## 2 - O que objetivou a tornar-se uma *coach*?

|  |  |
|--|--|
| <p>(DNL)<br/>Participante nº<br/>01<br/>Resposta</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foi mesmo a paixão pelo visível resultado que o coaching traz, tanto pessoal como profissional.</li> <li>• Aprender a liderar de forma consciente para que os resultados da equipe sejam crescentes, buscando desenvolver competências e qualidades já existentes nas pessoas, mas que falta florescer e serem percebidas.</li> <li>• A interatividade que proporciona as fantásticas descobertas e as ferramentas que o Coaching usa para com seus alunos.</li> <li>• Se seu filho tira 9.0 em Matemática e 6.0 em Português, o que a maioria faz? Dá os parabéns pela nota em Matemática e diz para se dedicar mais a Português. Não é?</li> <li>• E na verdade, deveria sim estudar Português que tem nítida dificuldade ou talvez menor interesse e se dedicar em dobro para Matemática. Para que seu filho não seja só bom e goste de Matemática, e sim, que seja EXCELENTE em Matemática! Gosto muito dessa forma de pensamento.</li> </ul> |
| <p>(VBOS)<br/>Participante nº 02<br/>Resposta</p>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A paixão pela ferramenta de coaching, é uma ferramenta muito simples, objetiva, dinâmica, com metas muito claras a serem trabalhadas, é para o dia a dia quem está em busca de sucesso, crescimento, alcançar resultados de forma prática, rápida e eficiente. O que me objetivou a tornar uma Coach: 1º O meu aperfeiçoamento profissional como líder, pessoal meu desenvolvimento como pessoa, 2º A missão de vida do Coach, essa é minha missão desenvolver, treinar as pessoas para o sucesso; 3º Porque o Coach não trabalha sozinho, ele possui ferramentas de coaching para que o Coachee se desenvolva então isso para mim é extraordinário para o crescimento.</li> </ul>  |
| <p>(FSC)<br/>Participante nº<br/>03<br/>Resposta</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendência do mercado e perda de oportunidade do mercado.</li> </ul>   |

Fonte: primária (2016).

3 - Após o procedimento *coaching* com cliente, algum dos mesmos já retornaram com evidências, demonstrando que obteve sucesso profissional?

|   |  |
|---|--|
| <p>(DNL)<br/>Participante nº 01<br/>Resposta</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sim. Na época em que eu atuava como Coach um caso que me marcou muito foi de um colega que tinha sérios problemas de relacionamento com o irmão no qual eram sócios de uma academia de musculação.</i></li> <li>• <i>O processo de Coaching dele, durou 2 sessões. Bem pouco! Mas o suficiente para ele ver o problema que havia entre eles e já pôde resolver colocando em prática, várias de suas competências, que antes ele não enxergava e não se sentia capaz. Pois se julgava inferior ao irmão e com isso a parte financeira que era de sua incumbência, não andava.</i></li> <li>• <i>Após 2 sessões seu setor tornou-se outro e a forma de lidar com o irmão também melhorou muito.</i></li> </ul> |
| <p>(VBOS)<br/>Participante nº 02<br/>Resposta</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sim. O Feedback dos clientes são extraordinários, reforçando o quanto o processo de coaching foi importante no alcance dos resultados e em curto de espaço de tempo.</i></li> </ul>  |
| <p>(FSC)<br/>Participante nº 03<br/>Resposta</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sim. Encontrei com dois clientes informalmente em locais diferentes e comentaram sobre a experiência vivenciada.</i></li> </ul>  |

Fonte: primária (2016).

4 - Como coach, você já percebeu que o cliente é ciente da causa do mesmo, não ter sucesso profissional?

|   |   |
|---|---|
| <p>(DNL)<br/>Participante nº 01<br/>Resposta</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Na maioria dos casos percebia que eles sabiam sim a causa. Mas não sabem lidar com situação e acabam se frustrando.</i></li> </ul>  |
| <p>(VBOS)<br/>Participante nº 02<br/>Resposta</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Na percepção enquanto coach percebo que todos os clientes já estão cientes e conscientes a partir do momento que ele procura o Processo de coaching. O coach tem o papel de apoiar o coachee no alcance desse objetivo e a traçar metas para alcance de resultados através de ferramentas de apoio. Para que o Processo de Coaching seja eficiente e satisfatório o Coach usará de técnicas de apoio para que o Cliente (coachee) chegue nos resultados. É um processo a quatro mãos o coachee tem que querer.</i></li> </ul> |
| <p>(FSC)<br/>Participante nº 03<br/>Resposta</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sim. Nas sessões de coach eles percebem que a falta de objetivos e a falta de visão dos obstáculos são fatores preponderantes para não realizar os objetivos.</i></li> </ul>  |

Fonte: primária (2016).

### 3.3 Análises das Entrevistas

Depois de receber as entrevistas e a partir das informações dadas pelos participantes foram analisados e discutidos os dados organizando as respostas por participantes, através da análise do conteúdo técnicas de investigação proposta por Bardin (2009) que tem como

analisar o conteúdo manifesto na comunicação Lukde e André (1986) ressaltam que analisar os dados qualitativos significa trabalhar o material usado na pesquisa.

Na questão número 01, todos profissionais *coaches* teve seu primeiro contato através de um curso, onde surgiu o desejo de se tornar um profissional *coach*, estende-se que a melhor maneira de desenvolvermos profissionalmente e buscando conhecimento e então esta em constantes busca de mudanças, e ao mesmo tempo participando e desenvolvendo uma atribuição em constante crescimento.

Na questão número 02, o que objetivou os profissionais a busca pelo *coaching* foi enxergar nesta área uma oportunidade de crescimento e tendências de mercado, desenvolvimento pessoal e de pessoas que busca desenvolver suas competências e habilidades em busca de um futuro de sucesso, percebe nesta questão que o profissional *coach*, optou por essa profissão pelo motivo de contribuir com o cliente e seu próprio crescimento profissional.

Na questão número 03, todos os *coaches* entrevistados responderam que tiveram feedback de clientes e que tiveram resultado em curto prazo, entende se que o processo do *coaching* consiste em ajudar o indivíduo resolver os problemas e transformar a aprendizagem em aprendizado individual ou coletivo para as pessoas ou organização, e até mesmo na nossa própria casa

Na questão número 04, para os *coaches* todos clientes são cientes do porquê não ter sucesso na carreira profissional ou dificuldade em conseguir alcançar seus objetivos, contudo sabem da sua necessidade mais não sabem como lidar, não percebem a falta de visão de como resolver a situação, então a procura pelo *coaching* se torna uma ferramenta para que consigam ver como atingir metas, objetivos e resultados.

### **3.4 Conclusão da Entrevista**

Este trabalho teve como objetivo analisar a ferramenta *coaching* para o sucesso profissional, utilizando para isso uma pesquisa qualitativa exploratória com *coaches* profissionais através de 04 perguntas abertas. Durante o trabalho de pesquisa pode observar o quanto o *coaching* pode melhorar no sentido de eficiência em resultados, independente de o *coaching* ser realizado partindo de uma necessidade pessoal ou organizacional, a aprendizagem provoca uma reação em cadeia, o que favorece a transferência de habilidades e

conhecimentos causando uma mudança situacional nos princípios, objetivos e ações cultural do profissional ou organização.

As respostas dos profissionais *coaches* relacionado aos clientes em procura do *coaching*, é de desenvolver suas capacidades e habilidades pessoais para obter resultados em seus próprios negócios ou na organização, demonstra o quanto o *coaching* ajuda os clientes a sair do estado presente atual a chegar até a um momento desejado no futuro, utilizando estratégias e acreditando em si próprio, muitas das vezes utilizando recursos internos para melhorar interferências externa, melhorando a comunicação e suas relações profissionais e pessoais.

Pode se dizer que o *coaching* é um processo que provoca mudanças, abre espaço para a própria pessoa se identificar e conhecer sua limitações melhorando a maneira de sair da zona de conforto e ao mesmo tempo desenvolver a sua capacidade e autoconhecimento.

Na pesquisa também foi evidenciada a influência do *coaching* no resultado das pessoas e como contribui para o desenvolvimento das pessoas e organização, capacitando profissionais com definições de metas, delegação e foco para alcance de seus objetivos e resultados, foi mencionada pelos três participantes como principal competência desenvolvida, que a capacidade de direcionar a atenção para a atribuição e responsabilidades vão determinar os esforços necessários para gerar os resultados esperados e que geralmente as pessoas sabem suas deficiências e ponto a melhorar, todavia necessitam da metodologia e ferramenta *coaching* para conseguir direcionar e gerenciar sua capacidade pessoal.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo desse artigo foi o de apresentar o *coaching* como interesse para o sucesso profissional, entretanto dentre as várias buscas dentro desse contexto, chega-se a conclusão que tanto nas pesquisas teórica quanto nas pesquisas de campo junto aos profissionais entrevistados que exerceram ou exercem a função de *coach*, que o interesse pela formação em *coaching* acontece primeiramente no perfil dos indivíduos que já possuem formação acadêmica, das mais variadas áreas. A idade varia entre 30 (trinta) a 50 (cinquenta) anos da qual pode ser vista como maturidade e experiência, outra vertente observada foram características pessoais como saber ouvir, ser ético, ter visão, motivação, comprometimento, responsabilidade, maturidade e perfil de líder.

Quanto aos objetivos específicos, que era analisar a importância da ferramenta *coaching* como profissão, como também identificar os motivos que impulsionaram ao interesse de tornar-se um profissional *coach* e apresentar a ferramenta como sucesso no mercado profissional, está voltada na maioria das pesquisas realizadas para os interesses das organizações, preocupadas em desenvolver as competências dos seus colaboradores, trazendo-lhes benefícios também pessoais, como o autoconhecimento e o valor da integração com o próximo.

Como aspecto negativo considera-se que a metodologia *coaching* ainda é pouco divulgada e a regulamentação profissional efetiva ainda é incerta, causando grande expectativa aos profissionais *coach* no Brasil, pois ainda não foi reconhecida legalmente como profissão, embora têm-se desde 2009 na Câmara dos Deputados um projeto de lei sobre a regulamentação da profissão *coach*, e a Sociedade Brasileira de *Coaching* tem uma previsão de cerca de 30 (trinta) mil membros cadastrados até 2020, onde poderão lutar por esse reconhecimento.

Frente a uma nova sociedade e com pessoas cada vez mais exigentes e conscientes as organizações e pessoas tem que se reinventar para sobreviver no mercado, para isso se faz necessário a ferramenta *coaching* para melhoria da sociedade e das pessoas.

É possível perceber que essa preocupação das empresas em relação à motivação do seu funcionário, foi a partir dessa preocupação, voltada mais para o funcionário, que surgiu a Teoria das Relações Humanas, logo depois vieram as teorias da motivação, e assim aconteceu sucessivamente até chegar ao *coaching*.

O *coaching* por sua vez englobou um pouco de tudo o que foi estudado, pesquisado, aplicado e divulgado, formando assim um processo que vem fazendo grande sucesso no mundo empresarial. Mas, essa teoria é realmente eficaz para as pessoas e empresas.

Uma atividade profissional que irá reorganizar o profissional e empresa tanto referente a sua visão, missão, valores quanto a tudo que estiver envolvido no desenvolvimento da vida profissional, equipe e na otimização da empresa e em sua vida pessoal.

Essa ferramenta é válida de ser aplicada, no entanto, o profissional não precisa somente dessa metodologia para sobreviver e atingir seus objetivos e metas traçadas, será necessária a aplicação de treinamentos, e tantas outras formas que ajudarão no desenvolvimento e sucesso profissional ou organizacional.

A metodologia *coaching* vem causando uma evolução, portanto se faz necessário um aprendizado contínuo com mudanças e investimentos como ferramentas de gestão, sendo assim o *coaching* é no momento considerado o maior diferencial nas próximas décadas para quem quer conquistar um futuro de sucesso, tendo em mente que a mudança é a única coisa constante.

O presente artigo também tem a finalidade de instigar ao interesse para mais pesquisas posteriores, para assim dar continuidade ao desenvolvimento de pesquisas científicas, viabilizando o reconhecimento da profissão *coach*.

## REFERÊNCIAS

AMA. **Coaching** – A global Study of Successful Practicos. Coaching – Current Trends and Future Possibilities 2008 – 2018, 1 – 79. New York – USA, 2008.

BARDIN, L. **Analises de conteúdo**. Lisboa, Portugal: LDA, edição 70, 2009.

BLANCO, V.B. **Um estudo sobre a prática de *coaching* no ambiente organizacional e a possibilidade de sua aplicação como prática de gestão de conhecimento**. 2006. 216f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2006.

CLUTTERBUCK, D. **Coaching Eficaz: como orientar sua equipe para potencializar resultados**. 2.ed., São Paulo: Editora Gente, 2008.

CHIAVENATO, I. **Construção de Talentos**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

\_\_\_\_\_. **Administração nos novos tempos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COSTA, Eliete. **A Liderança - Coaching como intervenção para o desenvolvimento Humano na Universidade Federal de Santa Catarina**. Disponível em: <[www.repositório.ufcs.br/bistream/handle/123456789/158822/336582.pdf](http://www.repositório.ufcs.br/bistream/handle/123456789/158822/336582.pdf)>. Acesso em 25/mai/2016.

DINIZ, A. **Líder do Futuro: A transformação do Líder *Coach***. São Paulo: ABG Comunicação e Design, 2005.

DOWNEY, M. **Effective Coaching**. Lessons from the coaches couch. Ney York: Texere/Thomsom, 2003.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 4.ed., São Paulo: Saraiva, 2003.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. S. **Aprendizagem e inovação organizacional**. São Paulo: Atlas, 1995.

GIL, Antônio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JESUS, Taís. **O processo de Coaching Executivo e seus benefícios para Organizações**. Disponível em: <[www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/juridicas/article/view/348/328](http://www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/juridicas/article/view/348/328)>.

JOO, B. **Executive Coaching: A Conceptual Framework From na Integrative Review of Practice and Research**. Human Reource Development Review, 4 (4), pp. 462-488, 2005.

LABES, Emerson Moisés. **Questionário: do planejamento á aplicação na pesquisa**. Chapecó: Grifos, 1998.

LAGES, A. e O'CONNOR, J. **Como o coaching funciona**. Rio de Janeiro: Quality mark, 2010.

LANDSBERG, M. **The Tao of coaching**. Londres: HarperCollins, 1996.

LUDK. M.; ANDRÉ. M.E. **Pesquisa em educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: Atlas, 1986.

MATTOSO, Jorge. **O Brasil desemprego – como foram destruídos mais de três milhões de empregos nos anos de 90**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 1999.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento pesquisa qualitativa**. São Paulo: Hucitec/ABRASCO, 1999.

NERI, A. **Mudanças nos cenários sócio político econômico e tecnológico e impacto nos indivíduos das organizações**. Apostila do curso de desenvolvimento do potencial, Faculdade de Psicologia, PUC Campinas, 2000. (Manuscrito).

NEVES, Darlene. **Coaching como fator de diferenciação nas organizações**. Disponível em: <[www.193.136.21.50/bitstream/10961/488/1/TFC%20final%20Darlene.pdf](http://www.193.136.21.50/bitstream/10961/488/1/TFC%20final%20Darlene.pdf)>. Acesso em: 25/abr/2016.

PAULA, Maurício de. **O sucesso é inevitável: coaching e carreira**. São Paulo: Futura, 2005.

REGO A.; CUNHA M.; OLIVEIRA C.; MARCELINO A. **Coaching para executivos**. 2ª ed., Lisboa e Porto: Editora Escolar, 2007.

REIS. Homero. **Coahing Avançado**. Etapas e procedimentos do Coaching. Texto 1. Brasília, 2008.

SAMPAIO, M. **Coaching de Carreira**. São Paulo: Rideel, 2011.

SELLTIZ, C. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. 2ª ed. São Paulo: USP, 1967.

SENGE, P. **A quinta disciplina**. São Paulo: Best Seller, 1990.

SILVA, Renata. **Apostila de Metodologia Científica**. Brusque: ASSEVIM- Associação Educacional do Vale do Itajaí - Mirim, fev. 2008.

STACHIU, M. **Coaching de carreira**: Análise de uma Intervenção em um Grupo de Alunos de Graduação. Dissertação de Mestrado, Universidade Tuiuti, Paraná, PR, Brasil, 2013.