

Las siguientes once competencias básicas de coaching han sido desarrolladas para aportar una mayor comprensión sobre las habilidades y los enfoques utilizados actualmente en la profesión de coaching según lo definido por la ICF. También le servirán de elemento de comparación y contraste entre lo que se espera de un programa de formación específico de coaches y la formación que usted ha recibido.

Finalmente, estas competencias han sido usadas como la base para el proceso de validación de la Acreditación ICF.

Las competencias básicas se han agrupado en cuatro apartados según los puntos en común que tienen lógicamente basados en el modo habitual en que se contemplan las competencias en cada grupo. Los grupos y las competencias individuales no están ponderadas, no representan ningún tipo de priorización, sino que todo Coach competente ha de demostrar que las tiene. Todas son básicas y fundamentales.

ESTABLECER LAS BASES

1. DETERMINAR GUÍAS ÉTICAS DE ACTUACIÓN Y ESTÁNDARES PROFESIONALES
2. ESTABLECER EL ACUERDO DE COACHING

CREACIÓN MUTUA DE LA RELACIÓN

3. ESTABLECER CONFIANZA E INTIMIDAD CON EL CLIENTE
4. PRESENCIA DE COACHING

COMUNICAR CON EFICACIA

5. ESCUCHA ACTIVA
6. PREGUNTAS PODEROSAS
7. COMUNICACIÓN DIRECTA

FACILITAR APRENDIZAJE Y RESULTADOS

8. CREAR CONCIENCIA
9. DISEÑAR ACCIONES
10. PLANIFICACIÓN Y ESTABLECIMIENTO DE LA META
11. GESTIÓN DEL PROGRESO Y RESPONSABILIDAD

ESTABLECER LAS BASES

1. Determinar Guías Éticas de Actuación y Estándares Profesionales

Entender el código ético y los estándares del coaching y la habilidad de aplicarlo apropiadamente en todas las situaciones de coaching.

- Se entienden y manifiestan en los comportamientos propios los de los Estándares de Conducta de ICF.
- Se entienden y se siguen todas las Normas Éticas de ICF.
- Se comunica claramente las diferencias entre coaching, consultoría, psicoterapia y otras profesiones similares.
- Se referencia al cliente hacia otro apoyo profesional si fuera necesario, sabiendo cuando es esto necesario y con los recursos disponibles.

2. Establecer el Acuerdo de Coaching

Habilidad para comprender lo que se requiere en cada interacción específica de coaching y establecer el acuerdo con cada nuevo cliente sobre el proceso y la relación de coaching.

- Entender y tratar de modo efectivo con el cliente las pautas y parámetros específicos de la relación de coaching (ej. Aspectos logísticos, tarifas, programación de citas, inclusión de terceras personas si fuera apropiado).
- Alcanzar acuerdos sobre lo que se considera apropiado y lo que no en la relación, qué es lo que no se va a ofrecer, y todo lo referente a las responsabilidades del cliente y del Coach.
- Determinar si hay encaje adecuado entre el método propuesto por el Coach y las necesidades del posible cliente.

CREACIÓN MUTUA DE LA RELACIÓN

3. Establecer Confianza e Intimidad con el cliente

Habilidad para crear un medio seguro y que contribuya a producir respeto mutuo y confianza.

- Se dan muestras de preocupación genuina por el bienestar y el futuro del cliente.
- Se dan muestras continuas de integridad personal, honestidad y sinceridad.
- Se establecen acuerdos claros y se cumplen las promesas.
- Se dan muestras de respeto de las percepciones del cliente, estilo de aprendizaje y manera de ser.
- Se apoyan los nuevos comportamientos y acciones valerosos, incluyendo aquellos que suponen riesgos y miedo al fracaso.
- Se pide permiso al cliente en los temas delicados.

4. Presencia de Coaching

Habilidad para tener plena conciencia y crear relaciones espontáneas de coaching con el cliente, empleando un estilo abierto, flexible y de confianza.

- Está presente y es flexible durante el proceso de coaching, y “baila” según el momento.
- Utiliza la intuición propia y confía en su saber interno.
- Está abierto a lo desconocido y se arriesga.
- Contempla diversas maneras de trabajar con el cliente, y escoge en cada momento la que es más efectiva.
- Utiliza hábilmente el sentido del humor para iluminar y dar energía.
- Cambia de punto de vista con seguridad y confianza y prueba con nuevas alternativas en sus propias acciones.
- Demuestra confianza cuando trata con emociones fuertes y se controla a sí mismo de manera que no se vea sumergido ni dominado por las emociones del cliente.

COMUNICAR CON EFICACIA

5. Escucha activa

Habilidad para enfocarse completamente en lo que el cliente dice y lo que no dice, entender el significado de lo que se dice en el contexto de los deseos del cliente, y apoyo a las expresiones del cliente.

- Atiende al cliente y su agenda, y no dirige el proceso según la agenda del Coach.
- Escucha las preocupaciones, las metas, los valores y las creencias del cliente sobre lo que considera posible y no posible.
- Distingue entre las palabras, los tonos y el lenguaje del cuerpo.
- Resume, parafrasea, reitera, refleja lo que el cliente ha dicho para asegurar claridad y entendimiento.
- Anima, acepta, explora y refuerza las expresiones del cliente sobre sentimientos, percepciones, preocupaciones, creencias, sugerencias, etc.
- Integra y construye basándose en las ideas y sugerencias del cliente.
- Remarca la esencia de la comunicación del cliente y ayuda al cliente a llegar a ello en vez de perderse en largas historias descriptivas.
- Permite al cliente a que exprese o clarifique la situación sin enjuiciarla ni engancharse en ella, con el fin de moverse hacia pasos siguientes.

6. Preguntas Poderosas

Habilidad de hacer preguntas que revelen la información precisa para el mayor beneficio del cliente y la relación de coaching.

- Hace preguntas que reflejen la escucha activa y el entendimiento de la perspectiva del cliente.
- Hace preguntas que evoquen descubrimiento, intuición, compromiso o acción (por ejemplo aquellos que desafían las asunciones del cliente).
- Hace preguntas abiertas que aporten mayor claridad, posibilidades o nuevos aprendizajes.
- Hace preguntas que lleven al cliente a moverse hacia lo que desea, no preguntas que lleven al cliente a justificarse o mirar al pasado.

7. Comunicación Directa

Habilidad para comunicarse de manera efectiva durante las sesiones de coaching, y utilización del lenguaje de modo que tenga el mayor impacto positivo posible sobre el cliente.

- Es claro, articula y es directo en aportar y compartir feedback.
- Reencuadra y articula para ayudar al cliente a entender desde otra perspectiva lo que éste quiere o aquello que es incierto.
- Indica claramente objetivos del coaching, acuerda la agenda, propósito de las técnicas o ejercicios.
- Utiliza lenguaje apropiado y respetuoso para con el cliente (no sexista, no racista, no técnico, no jergas,..).
- Utiliza metáforas y analogías que ayuden a ilustrar un tema o que sirvan para pintar un cuadro verbal.

3.

FACILITAR APRENDIZAJE Y RESULTADOS

8. Crear Conciencia

Habilidad de integrar y evaluar con precisión múltiples fuentes de información, y de hacer interpretaciones que ayuden al cliente a ganar conocimiento y de ese modo alcanzar los resultados pretendidos.

- Va más allá de lo que se dice al determinar las preocupaciones del cliente, no viéndose inmerso en la descripción que da el cliente.
- Investiga en busca de una mayor comprensión, conocimiento y claridad.

- Identifica para el cliente sus preocupaciones ocultas, las maneras fijas y típicas de percibirse ante el mundo, diferencias entre los hechos y su interpretación, las disparidades entre los pensamientos, las sensaciones y la acción.
- Ayuda a los clientes a descubrir para ellos mismos los nuevos pensamientos, creencias, percepciones, emociones, humores, etc. que consolidan su habilidad para actuar y alcanzar lo que es importante para ellos.
- Comunica perspectivas más amplias a los clientes e inspira a comprometerse para cambiar su punto de vista y a encontrar nuevas posibilidades para la acción.
- Ayuda a los clientes a ver los factores diferentes e interrelacionados que les afecten a ellos mismos y a sus comportamientos (por ejemplo pensamientos, emociones, cuerpo, material).
- Expresa nuevas percepciones a los clientes con el fin de que sean útiles y con significado para éstos.
- Identifica mayores fortalezas en los clientes sobre las áreas importantes de aprendizaje y crecimiento, y lo que es más importante para tratar durante el.
- Coaching.
- Pide al cliente que distinga entre los asuntos triviales y los relevantes, comportamientos situacionales sobre otros recurrentes, cuando detecte discrepancias entre lo que se ha dicho y lo que se ha hecho.

9. Diseñar Acciones

Habilidad para crear con el cliente oportunidades para desarrollar aprendizaje, durante el coaching y en situaciones de la vida o el trabajo, y para tomar nuevas acciones que conduzcan de modo más efectivo hacia los resultados esperados.

- Da ideas y ayuda al cliente a definir acciones que permitan al cliente demostrar, practicar y profundizar en nuevos aprendizajes.
- Ayuda al cliente a enfocarse en una exploración sistemática las preocupaciones y las oportunidades específicas que se encuentran en las metas acordadas del coaching.
- Compromete al cliente a explorar ideas y soluciones alternativas, a evaluar opiniones y a tomar decisiones.
- Promueve la experimentación y el auto-descubrimiento activos, donde el cliente aplique lo que ha sido discutido y aprendido inmediatamente después de las sesiones, bien en su vida como en su trabajo.
- Celebra los éxitos del cliente y las capacidades de crecimientos futuros.
- Desafía las asunciones del cliente y perspectivas provocando nuevas ideas y buscando nuevas ideas y nuevas posibilidades para la acción.
- Plantea puntos de vista para la acción que estén alineados con las metas del cliente sin ningún compromiso para que el cliente los tenga en consideración.
- Ayuda al cliente a “hacer ahora” en la sesión de coaching, aportando la ayuda inmediata.
- Alienta las tensiones y los desafíos pero a un ritmo cómodo para el aprendizaje.

10. Planificación y establecimiento de la meta

Habilidad para desarrollar y mantener un plan de coaching efectivo con el cliente.

- Consolida la información recogida y establece un plan de coaching y metas de desarrollo con el cliente que tratan las preocupaciones y las principales áreas de aprendizaje y desarrollo.
- Crea un plan con los resultados que son alcanzables, medibles, específicos y con fechas determinadas.
- Hace ajustes a lo planificado, en función de lo que se justifique con el proceso del coaching y por los cambios en la situación.
- Ayuda al cliente a identificar y acceder a diferentes recursos para aprender (ej: libros, otros profesionales,...).
- Identifica y apunta los primeros éxitos que sean importantes para el cliente.

11. Gestión del Progreso y Responsabilidad

Capacidad de poner la atención en lo que realmente es importante para el cliente, y dejar la responsabilidad al cliente para actuar.

- Pide claramente al cliente acciones que le dirijan a éste hacia las metas planeadas,.
- Demuestra seguimiento a través de preguntas al cliente sobre esas acciones que éste se ha comprometido durante las sesiones previas.
- Da reconocimiento al cliente sobre lo que ha hecho, lo que no ha hecho, ha aprendido o se ha dado cuenta desde la sesión anterior.
- Se prepara, organiza y repasa con eficacia la información obtenida por el cliente a lo largo de las sesiones.
- Mantiene al cliente sobre la pista entre sesiones prestando atención al plan de coaching y sus resultados, líneas acordadas y temas para futuras sesiones.
- Se enfoca en el plan de coaching pero también está abierto para ajustar comportamientos y acciones basadas en el proceso de coaching y cambios de dirección en las sesiones.
- Es capaz de retroceder y avanzar en el escenario general a donde se dirige el cliente, fijando el contexto de lo que se está discutiendo y a dónde quiere ir el cliente.
- Promueve autodisciplina en el cliente e impulsa la responsabilidad del cliente sobre lo que dice que va a hacer, por los resultados de una acción intencionada, o por un plan específico con tiempos determinados.
- Desarrolla capacidades en el cliente para tomar decisiones, tratar preocupaciones relevantes, y desarrollarse a sí mismo (obtener feedback, determinar prioridades, fijar el ritmo de aprendizaje, reflexionar y aprender de las experiencias propias).
- Enfrenta al cliente de un modo positivo con el hecho de que no realizó las acciones acordadas.