



Modelo de competencias de la ICF International Coach Federation – Octubre 2019

Después de un riguroso análisis de más de 24 meses, de la práctica de coaching, la Federación Internacional de Coaches ICF anuncia un modelo actualizado de competencias de Coaching.

Este modelo de competencias está fundado en evidencia recopilada con más de 1.300 coaches en todo el mundo, incluidos miembros y no miembros de ICF y que representan una amplia diversidad de disciplinas de coaching, escuelas de formación, estilos de coaching y niveles de experiencia.

Esta iniciativa de investigación a gran escala validó que buena parte del Modelo de Competencias de ICF, desarrollado hace 25 años, sigue siendo de vital importancia para la práctica del coaching en la actualidad. Algunos elementos y temas nuevos que surgieron de la evidencia han sido integrados al modelo.

Los cambios incluyen un énfasis primordial en el comportamiento ético del Coach y la confidencialidad del proceso de coaching; la importancia de una mentalidad de coaching y la reflexión continua; las distinciones críticas entre varios niveles de acuerdos de coaching; la importancia de la alianza entre el Coach y el cliente; y, la importancia de la conciencia de la diversidad cultural, sistémica y contextual. Estos componentes fundamentales, combinados con temas emergentes, reflejan los elementos clave de la práctica de coaching hoy y servirán como estándares de coaching más sólidos y completos para el futuro.

A: Principios

1. Demuestra un comportamiento ético

Definición: Comprende y aplica consistentemente la ética y los estándares del coaching.

- Demuestra integridad personal y honestidad en las interacciones con clientes, patrocinadores y otras partes interesadas en el proceso de coaching.
- Es sensible a la identidad, el entorno, las experiencias, los valores y las creencias del cliente.
- Utiliza un lenguaje apropiado y respetuoso con los clientes, patrocinadores y otras partes interesadas.
- Cumple con el Código de Ética de la ICF y mantiene los valores fundamentales.
- Mantiene la confidencialidad con la información del cliente, según los acuerdos entre las partes interesadas y las disposiciones legales pertinentes.
- Mantiene las distinciones entre coaching, consultoría, psicoterapia y otros tipos de apoyo profesional
- Refiere clientes a otros profesionales de apoyo, según corresponda

2. Incorpora una mentalidad de Coach

Definición: Desarrolla y mantiene una mentalidad abierta, curiosa, flexible y centrada en el cliente.

- Reconoce que los clientes son responsables de sus propias elecciones.
- Está comprometido con el aprendizaje continuo y su propio desarrollo como Coach.
- Desarrolla reflexión continua para mejorar su práctica de coaching.
- Se muestra consciente y abierto a la influencia del contexto y la cultura en sí mismo y en los demás.
- Utiliza la conciencia de sí mismo y la intuición en beneficio de los clientes.
- Desarrolla y mantiene la capacidad de regular sus emociones.
- Se prepara mental y emocionalmente para las sesiones de coaching.
- Busca ayuda de fuentes externas cuando es necesario.

B: Co-creando la relación de coaching

3. Establece y mantiene los acuerdos

Definición: Se asocia con el cliente y las demás partes interesadas para crear acuerdos claros sobre la relación de coaching, el proceso, los planes y las metas. Establece acuerdos para la relación de coaching en general, así como para cada sesión en particular.

- Explica qué es y qué no es coaching y describe el proceso al cliente y a las demás partes interesadas.
- Establece acuerdos sobre lo que es y no es apropiado en la relación de coaching, así como las responsabilidades del cliente y las demás partes interesadas.
- Establece acuerdos sobre las pautas y parámetros específicos de la relación de coaching, tales como logística, tarifas, programación, duración, terminación, confidencialidad e inclusión de otros.
- Se asocia con el cliente y las demás partes interesadas para establecer un plan y metas generales de coaching.
- Se asocia con el cliente para determinar la compatibilidad cliente-coach.
- Se asocia con el cliente para identificar o reconfirmar lo que éste quiere lograr en la sesión.
- Se asocia con el cliente para definir lo que el éste cree que necesita abordar, resolver o lograr en cada sesión.
- Se asocia con el cliente para definir o reconfirmar medidas de éxito sobre lo que el cliente quiere lograr en el proceso de coaching y en cada sesión individual.
- Se asocia con el cliente para administrar el tiempo y el enfoque de la sesión.

- Enfoca el proceso de coaching en dirección a los objetivos expresados por el cliente, a menos que éste indique otra orientación.
- Se asocia con el cliente para finalizar la relación de coaching de manera tal que honre la experiencia vivida.

4. Cultiva confianza y seguridad

Definición: Se asocia con el cliente para crear un entorno seguro y de apoyo que permita al cliente compartir libremente. Mantiene una relación de respeto mutuo y confianza.

- Busca comprender al cliente dentro de su contexto, lo que incluye el reconocimiento de su identidad, entorno, experiencias, valores y creencias.
- Demuestra respeto por la identidad, las percepciones, el estilo y el lenguaje del cliente y adapta el proceso de coaching a la individualidad del cliente.
- Reconoce y respeta los talentos, ideas y el trabajo individual del cliente en el proceso de coaching.
- Muestra apoyo, empatía y preocupación genuinas por el cliente.
- Reconoce y apoya las manifestaciones de sentimientos, percepciones, preocupaciones, creencias y sugerencias del cliente.
- Demuestra apertura y transparencia como una forma de construir confianza con el cliente desde la vulnerabilidad.

5. Presencia

Definición: Está totalmente consciente y presente con el cliente, empleando un estilo abierto, flexible, conectado y confiado.

- Permanece enfocado, observador, empático y receptivo con el cliente.
- Demuestra curiosidad durante el proceso de coaching.
- Maneja las emociones para mantenerse presente con el cliente.
- Demuestra confianza al trabajar con emociones fuertes del cliente durante el proceso de coaching.
- Se siente cómodo trabajando en ámbitos desconocidos para él.
- Crea o deja espacio para el silencio, la pausa y la reflexión.

C: Comunicación efectiva

6. Escucha activamente

Definición: Se enfoca en lo que el cliente es y no sólo en lo que dice, para entender completamente el mensaje en el contexto del cliente y para apoyar la autopercepción de éste.

- Considera el contexto, la identidad, el entorno, las experiencias, los valores y las creencias del cliente para mejorar la comprensión de lo que comunica.
- Refleja o resume lo que el cliente comunicó para garantizar claridad y comprensión.
- Reconoce y pregunta cuando advierte que hay más de lo que el cliente está comunicando.
- Identifica, reconoce y explora las emociones del cliente, los cambios de energía, las señales no verbales u otros comportamientos.
- Integra las palabras del cliente, el tono de voz y el lenguaje corporal para determinar el significado completo de lo que el cliente expresa.
- Observa tendencias en los comportamientos y emociones del cliente a través de las sesiones para discernir temas y patrones de comportamiento.

7. Evoca la conciencia del cliente

Definición: Facilita la toma de conciencia y el aprendizaje del cliente mediante el uso de herramientas y técnicas como preguntas poderosas, el silencio, metáforas o analogías.

- Considera la experiencia del cliente al decidir qué podría ser más útil.
- Desafía al cliente como una forma de evocar conciencia o aprendizaje profundo.
- Hace preguntas sobre el cliente, su forma de pensar, valores, necesidades, deseos y creencias.
- Hace preguntas que ayudan al cliente a explorar más allá del nivel de pensamiento actual.
- Invita al cliente a compartir más sobre su experiencia en el momento.
- Se da cuenta de aquello que funciona para mejorar el progreso del cliente.
- Ajusta el enfoque de coaching en respuesta a las necesidades del cliente.
- Ayuda al cliente a identificar factores que influyen en los patrones actuales y futuros de comportamiento, pensamiento o emoción.
- Invita al cliente a generar ideas sobre cómo avanzar y qué está dispuesto a hacer.
- Apoya al cliente en la reformulación de perspectivas.
- Comparte observaciones, ideas y sentimientos, sin apego, que tienen el potencial de crear nuevos aprendizajes para el cliente.

D: Cultivar el aprendizaje y el crecimiento

8. Facilita el crecimiento del cliente

Definición: Se asocia con el cliente para transformar el aprendizaje y la conciencia en acción. Promueve la autonomía del cliente en el proceso de coaching.

- Trabaja con el cliente para integrar una nueva conciencia, visión o aprendizaje en su visión del mundo y sus comportamientos.
- Se asocia con el cliente para diseñar objetivos, acciones y responsabilidades que integren y amplíen el nuevo aprendizaje.
- Reconoce y apoya la autonomía del cliente en el diseño de objetivos, acciones y responsabilidades.
- Ayuda al cliente a identificar resultados potenciales o aprender de las acciones identificados.
- Invita al cliente a considerar cómo avanzar, incluyendo recursos, soporte y potenciales obstáculos
- Se asocia con el cliente para resumir el aprendizaje y la comprensión durante la sesión o entre sesiones.
- Celebra el progreso y los éxitos del cliente.
- Se asocia con el cliente para cerrar la sesión.