Regulaciones de coaching y entendiendo el ICF

**Contenido**

Regulaciones del coaching…………………………………………………………………………………… 2

Federación Internacional de Coaching (ICF)……………………………………………………………. 4

¿Qué es una credencial del ICF?.................................................................................... 4

Membresía ICF …………………………………………………………………………………………………… 5

¿Que se necesita para obtener una credencial? ………………………………………………………. 5

Requerimientos para obtener tu Credencial ACC del ICF ………………………………………….. 6

Preguntas y respuestas ……………………………………………………………………………………….. 7

Competencias básicas del ICF …………………………………………………………………………….. 8

1. Fundamentos
2. Co-creando la relación
3. Comunicando eficientemente
4. Cultivando el aprendizaje y el crecimiento

**Regulaciones de Coaching**

La industria del coaching no es una industria regulada por el gobierno. En otras palabras, no existen leyes estatales o federales, ni regulaciones que rijan el coaching como profesión o definan un ámbito de práctica para quienes ofrecen servicios de coaching, esto significa que no existe una acreditación real para el coaching.

Puedes convertirte en coach y comenzar un negocio de coaching sin acreditación.

Sin embargo, se han establecido asociaciones profesionales de forma independiente para ayudar a guiar la práctica. Estas asociaciones están autorreguladas y han creado estándares para aquellos que trabajan y/o planean trabajar como coaches.

**Estas son algunas de las organizaciones de coaching independientes:**

* + American Association of Professional Coaches (AAPC)
  + Association for Coaching (AC)
  + Association for Professional Executive Coaching and Supervision (APECS)
  + Association of Business Mentors (ABM)
  + Association of Coaching Supervisors (AOCS)
  + European Mentoring and Coaching Council (EMCC Global).
  + International Authority for Professional Coaching and Mentoring (IAPC&M).
  + International Association of Coaching (IAC)
  + International Coaching Federation (I|CF).
  + International Mentoring Association (IMA)
  + Société Française de Coaching (SfCoach)
  + Worldwide Association of Business Coaches (WABC)

**Europa**

En Europa, a partir de 2022, existe una iniciativa conjunta destinada a la autorregulación. Ocho organizaciones profesionales han firmado conjuntamente lo que se denomina la "Carta Profesional para el Coaching, la Mentoría y la Supervisión de Coaches, Mentores y Supervisores"

La Carta Profesional refleja la misión de estos organismos profesionales de promover y garantizar las buenas prácticas en coaching, mentoría y supervisión. Establece un punto de referencia para la ética y la conducta profesional para estas profesiones y es la base para el desarrollo de la autorregulación. Se trata de un documento público, redactado de conformidad con la legislación europea y registrado en la base de datos de acceso público de la Unión Europea, gestionada conjuntamente por la Comisión Europea y el Comité Económico y Social Europeo. Esta base de datos enumera las iniciativas de autorregulación y co-rregulación en Europa cuyo alcance va más allá de Europa.

La iniciativa también está diseñada para informar a los clientes de coaching, mentoría y supervisión, y para promover la confianza del público en estos procesos de para el desarrollo profesional y personal, que sirven a la sociedad en su conjunto.

Para descargar la Carta Profesional, consulte los "Recursos" en "Materiales" en este módulo.

**Los ocho cosignatarios de la Carta Profesional son:**

* Association for Coaching (AC)
* Association for Professional Executive Coaching and Supervision (APECS)
* Association of Business Mentors (ABM)
* Association of Coaching Supervisors (AOCS)
* European Mentoring and Coaching Council (EMCC Global)
* International Coaching Federation (ICF)
* International Mentoring Association (IMA)
* Société Française de Coaching (SfCoach)

**Federación Internacional de Coaches**

La Federación International de Coaches (ICF) es la organización independiente y autorregulada más grande de la industria del coaching aunque son las más reconocidas, es importante destacar que no es necesario estar certificado o acreditado a través de ellas para comenzar a hacer coaching

La ICF estableció un Código de Ética y normas de conducta profesional que los miembros de la ICF y la Credencial de la ICF deben mantener.

El ICF tiene tres credenciales propias:

1. Associate Certified Coach (ACC)
2. Professional Certified Coach (PCC)
3. Master Certified Coach (MCC)

Universal Coach Institute es un proveedor aprobado de Educación Continua para Coaches (CCE) de la Federación Internacional de Coaches.

Esto significa que contamos con cursos específicos de formación de coaches que no están acreditados por el ICF.

Por favor, vea la lección "Cursos acreditados por ICF".

**¿QUÉ ES UNA CREDENCIAL ICF?**

Una credencial ICF es una certificación profesional que indica que ha cumplido con estándares y requisitos específicos diseñados para desarrollar y refinar sus habilidades de coaching. Es una indicación de que te dedicas a defender fuertes principios de comportamiento ético en el coaching.

ICF ofrece tres credenciales, que corresponden a la cantidad de educación y experiencia requerida para obtenerla.

Las credenciales son:

**Coach Asociado Certificado (ACC)** – Ha completado 60 horas de educación específica para el coach (al menos 30 horas deben ser sincrónicas) y 100 horas de experiencia en coaching con clientes.

**Coach Profesional Certificado (PCC)** – Ha completado 125 horas de educación específica para el coach (al menos 62.5 horas deben ser sincrónicas) y 500 horas de experiencia en coaching con clientes.

**Coach Master Certificado (MCC)** - Tener o haber tenido una credencial PCC, haber completado 200 horas de educación específica para entrenadores (al menos 100 horas deben ser sincrónicas) y 2,500 horas de experiencia en coaching con clientes.

**Membresía ICF**

La membresía de ICF no es lo mismo que la acreditación de ICF. Como miembro de ICF, tendrá acceso a oportunidades de creación de redes locales y globales, educación de marketing de desarrollo empresarial de vanguardia y una variedad de investigaciones y recursos que lo ayudarán a alcanzar sus objetivos de coaching. Para convertirse en miembro de ICF, debe estar acreditado por ICF o inscrito o completado 60 horas de educación específica para coaches.

<https://coachinafederation.ora/professional-coaches>

**¿QUÉ SE NECESITA PARA OBTENER UNA CREDENCIAL?**

Llevar una credencial ICF es un proceso riguroso que proporciona legitimidad y credibilidad a los titulares de credenciales. Cada una de las credenciales (ACC, PCC y MCC) requiere los mismos cinco componentes clave:

**1. Educación:** Obtener una educación específica para coaching alineada con la definición de coaching de la ICF, las Competencias Básicas de la ICF y el Código de Ética de la ICF.

**2. Experiencia:** Las horas de experiencia en coaching deben comenzar después de haber comenzado un programa de educación en coaching.

**3. Mentor Coaching:** Recibir mentor coaching para fortalecer tus habilidades dentro de las Competencias Básicas de ICF.

**4. Evaluación del desempeño:** Aprobar una evaluación de desempeño que evalúe sus habilidades de coaching con respecto a los estándares de ICF.

**5. Examen**: Aprobar un examen escrito diseñado para evaluar su comprensión y capacidad para aplicar la definición de coaching de la ICF, las Competencias Básicas de la ICF y el Código de Ética de la ICF.

LOS REQUISITOS PARA RECIBIR SU CREDENCIAL ACC DE LA ICF SON LOS SIGUIENTES:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Requisitos** | **Escuelas acreditadas de Nivel 1 y Nivel 2** | **Ruta de portafolio CCE o escuelas no acreditadas** |
| Formación en coaching | Haber completado el nivel 1, nivel 2 o el programa completo ACTP, incluyendo la evaluación final. | 60+ horas de educación específica para coaches que incluyen el uso de programas CCE o programas no acreditados por ICF |
| Experiencia en coaching | 100+ horas con 8 o más clientes, de las cuales 75 horas deben ser pagadas. Al menos 25 de estas horas (remuneradas o no) deben ocurrir dentro de los 18 meses de la presentación de su solicitud de credencial | 100+ horas con 8 o más clientes, de las cuales 75 horas deben ser pagadas. Al menos 25 de estas horas (remuneradas o no) deben ocurrir dentro de los 18 meses de la presentación de su solicitud de credencial |
| Mentoría en coaching | Completar el niel 1, nivel 2, programa ACTP | 10 horas con un PCC, MCC coach acreditado o un ACC que haya renovado, en un periodo de 3 meses o mayor, 3 horas deben ser individuales. |
| Evaluación de desempeño | Completar el niel 1, nivel 2, programa ACTP | Enviar una sesión de coaching grabada y su transcripción. |
| Examen para la credencia | Requerido | Requerido. |
| Cuotas para la aplicación | Visitar la página de internet | Visitar la página de internet |

<https://coachingfederation.org/credentials-and-standards/application-path-comparisons>

**Preguntas y Respuestas más frecuentes**

**¿Qué tanto poder tiene el ICF?**

El ICF es una organización voluntaria que intenta gobernar y regular el coaching. Aunque legalmente, no tienen poder para hacer esto dentro de la profesión de coaching, son vistos como la más fuerte de las organizaciones.

Tenga en cuenta que más del 95% de los clientes no habrán oído hablar de la ICF y, por lo tanto, se preocuparán más por la certificación, los títulos y la capacitación que por los organismos rectores.

**¿Los clientes comprueban si yo estoy acreditado por ICF?**

Como se indicó anteriormente, los clientes generalmente no saben quién es el ICF y qué hacen. La mayoría de las veces, a los clientes solo les preocupa que esté capacitado y certificado.

Sin embargo, si está buscando empleo en grandes corporaciones, a menudo buscan entrenadores acreditados por la ICF al contratar (generalmente han sido aconsejados por los entrenadores para hacer esto).

**¿Por cuánto tiempo es válida mi certificación ICF?**

Su certificación ICF es válida por solo 3 años.

**¿Cuál es el proceso de renovación?**

Para renovar tu ACC, necesitarás 40 horas más de formación específica para coaches, 10 horas de mentoría en coaching con un coach aprobado por la ICF y el pago de las cuotas asociadas.

¿Hay algún documento que deba leer si estoy interesado en obtener la acreditación de ICF?

Si está interesado en la acreditación de ICF, debe revisar los siguientes documentos que se encuentran debajo de esta lección:

* Código de Ética y Estándares de ICF
* Competencias básicas de ICF
* La solicitud ACC de ICF

**¿El UCI me ayuda a obtener horas de coaching para el ICF?**

Favor de revisar la lección “Cursos acreditados ICF”.

**COMPETENCIAS BASICAS DEL ICF**

1. **Fundamentos**
2. **Demuestra una Práctica Ética**

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

1. Demuestra integridad personal y honestidad en las interacciones con clientes, patrocinadores y partes interesadas relevantes.
2. Es sensible a la identidad, el entorno, las experiencias, los valores y las creencias de los clientes.
3. Utiliza un lenguaje apropiado y respetuoso con los clientes, patrocinadores y partes interesadas relevantes.
4. Cumple con el Código de Ética de ICF y defiende los Valores Fundamentales.
5. Mantiene la confidencialidad de la información del cliente según los acuerdos de las partes interesadas y las leyes pertinentes.
6. Mantiene las distinciones entre coaching, consultoría, psicoterapia y otras profesiones de apoyo.
7. Remite a los clientes a otros profesionales de soporte, según corresponda.
8. **Encarna una mentalidad de coaching**

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

1. Reconoce que los clientes son responsables de sus propias decisiones.
2. Se involucra en el aprendizaje y el desarrollo continuos como coach.
3. Desarrolla una práctica reflexiva continua para mejorar el propio coaching.
4. Permanece consciente y abierto a la influencia del contexto y la cultura en sí mismo y en los demás.
5. Utiliza la conciencia de sí mismo y la propia intuición para beneficiar a los clientes.
6. Desarrolla y mantiene la capacidad de regular las propias emociones.
7. Se prepara mental y emocionalmente para las sesiones.
8. Busca ayuda de fuentes externas cuando es necesario.

**B. Co-creación de la relación**

**3. Establece y mantiene acuerdos**

*Definición:* Asociarse con el cliente y las partes interesadas relevantes para crear acuerdos claros sobre la relación de coaching, el proceso, los planes y los objetivos. Establecimiento de acuerdos tanto para el coaching en general como para cada sesión de coaching.

1. Explica qué es y qué no es el coaching y describe el proceso al cliente y a las partes interesadas relevantes.
2. Llega a un acuerdo sobre lo que es y lo que no es apropiado en la relación, lo que se ofrece y lo que no, y las responsabilidades del cliente y de las partes interesadas relevantes.
3. Llega a un acuerdo sobre las pautas y los parámetros específicos de la relación de coaching, como los honorarios, la logística, la programación, la duración, la terminación, la confidencialidad y la inclusión de otros.
4. Se asocia con el cliente y las partes interesadas relevantes para establecer un plan y objetivos generales de coaching.
5. Se asocia con el cliente para determinar la compatibilidad cliente-coach.
6. Se asocia con el cliente para identificar o reconfirmar lo que quiere lograr en la sesión
7. Se asocia con el cliente para definir lo que el cliente cree que necesita abordar o resolver para alcanzar lo que quiere lograr en la sesión.
8. Se asocia con el cliente para definir o reconfirmar las medidas que se usaran para medir el éxito de lo que el cliente quiere lograr en el compromiso de coaching o en la sesión individual.
9. Se asocia con el cliente para administrar el tiempo y el enfoque de la sesión.
10. Continúa el coaching en la dirección del resultado deseado por el cliente a menos que el cliente indique lo contrario.
11. Se asocia con el cliente para terminar la relación de coaching de una manera que honre la experiencia.
12. **Cultiva la confianza y la seguridad**

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

1. Busca comprender al cliente dentro de su contexto, que puede incluir su identidad, entorno, experiencias, valores y creencias.
2. Demuestra respeto por la identidad, las percepciones, el estilo y el lenguaje del cliente y adapta su coaching al cliente.
3. Reconoce y respeta los talentos, las percepciones y el trabajo únicos del cliente en el proceso de coaching.
4. Muestra apoyo, empatía y preocupación por el cliente.
5. Reconoce y apoya la expresión de sentimientos, percepciones, preocupaciones, creencias y sugerencias del cliente.
6. Demuestra apertura y transparencia como una forma de mostrar vulnerabilidad y generar confianza con el cliente.
7. **Mantiene la presencia**

*Definición:* Está completamente consciente y presente con el cliente, empleando un estilo abierto, flexible, con los pies en la tierra y seguro.

1. Permanece enfocado, observador, empático y receptivo al cliente.
2. Demuestra curiosidad durante el proceso de coaching.
3. Gestiona las propias emociones para estar presente con el cliente.
4. Demuestra confianza al trabajar con emociones fuertes del cliente durante el proceso de coaching.
5. Se siente cómodo trabajando en un espacio de no saber.
6. Crea o permite espacio para el silencio, la pausa o la reflexión.

**C. Comunicación eficiente.**

**6. Escucha activamente**

*Definición:* Se enfoca en lo que el cliente dice y lo que no dice para comprender completamente lo que se comunica en el contexto de los sistemas del cliente y para apoyar la autoexpresión del cliente.

1. Considera el contexto, la identidad, el entorno, las experiencias, los valores y las creencias del cliente para mejorar la comprensión de lo que el cliente está comunicando
2. Refleja o resume lo que el cliente comunicó, asegure la claridad y la comprensión.
3. Reconoce y pregunta cuándo hay más en qué lo que el cliente se está comunicando.
4. Nota, reconoce y explora las emociones del cliente, los cambios de energía, las señales no verbales u otros comportamientos.
5. Integra las palabras, el tono de voz y el lenguaje corporal del cliente para determinar el significado completo de lo que se está comunicando.
6. Nota las tendencias en los comportamientos y emociones del cliente a lo largo de las sesiones para discernir temas y patrones.

**7. Evoca conciencia**

*Definición:* Facilita la comprensión y el aprendizaje del cliente mediante el uso de herramientas y técnicas como el cuestionamiento poderoso, el silencio, la metáfora o la analogía.

1. Tiene en cuenta la experiencia del cliente a la hora de decidir qué podría ser más útil.
2. Desafía al cliente como una forma de evocar conciencia o perspicacia.
3. Hace preguntas sobre el cliente, como su forma de pensar, valores, necesidades, deseos y creencias.
4. Hace preguntas que ayudan al cliente a explorar más allá del pensamiento actual.
5. Invita al cliente a compartir más sobre su experiencia en el momento.
6. Se da cuenta de lo que está funcionando para mejorar el progreso del cliente.
7. Ajusta el enfoque de coaching en respuesta a las necesidades del cliente.
8. Ayuda al cliente a identificar los factores que influyen en los patrones actuales y futuros de comportamiento, pensamiento o emoción.
9. Invita al cliente a generar ideas sobre cómo puede avanzar y lo que está dispuesto o es capaz de hacer.
10. Apoya al cliente en la reformulación de perspectivas.
11. Comparte observaciones, percepciones y sentimientos, sin apego, que tienen el potencial de crear un nuevo aprendizaje para el cliente.

**C. Cultivar el aprendizaje y el crecimiento.**

**6. Facilitar el crecimiento del cliente**

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

1. Trabaja con el cliente para integrar nuevas conciencias, conocimientos o aprendizajes en su visión del mundo y sus comportamientos.
2. Se asocia con el cliente para diseñar metas, acciones y medidas de responsabilidad que integren y amplíen el nuevo aprendizaje.
3. Reconoce y apoya la autonomía del cliente en el diseño de metas, acciones y métodos de rendición de cuentas
4. Apoya al cliente en la identificación de resultados potenciales o en el aprendizaje de los pasos de acción identificados.
5. Invita al cliente a considerar cómo avanzar, incluyendo los recursos, el apoyo y las posibles barreras.
6. Se asocia con el cliente para resumir el aprendizaje y la información dentro de las sesiones o entre ellas.
7. Celebra el progreso y los éxitos del cliente.
8. Se asocia con el cliente para cerrar la sesión.