**Competencias Básicas Actualizadas de ICF**

**Publicado en octubre de 2019**

Después de un riguroso análisis durante 24 meses de la práctica de coaching, la Federación Internacional de Coaches anuncia un Modelo de Competencias Básicas de Coaching de la ICF actualizado. Este modelo de competencias se basa en la evidencia recopilada de más de 1.300 coaches de todo el mundo, incluyendo tanto miembros como no miembros de la ICF y que representan una amplia gama de disciplinas de coaching, antecedentes de formación, estilos de coaching y niveles de experiencia. Esta iniciativa de investigación a gran escala validó que gran parte del Modelo de Competencias Básicas de la ICF, desarrollado hace casi 25 años, sigue siendo de vital importancia para la práctica del coaching en la actualidad. Algunos elementos y temas nuevos que surgieron de los datos también se han integrado en el modelo.

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.

**4. 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.**

**8. 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.

2020 International Coaching Federation