

ÁREA DE COMPETENCIAS de ICF ESPAÑA

FICHA COMPETENCIA 1

APARTADO: Sentar las bases.

COMPETENCIA 1: Adherirse al Código Deontológico y estándares profesionales.

1. Definición.

Comprender la ética y la deontología del coaching profesional siendo, por tanto, capaz de aplicarlas y hacerlas aplicar adecuadamente a las distintas situaciones del coaching.

- a. Comprende y demuestra mediante sus propias acciones el código de conducta profesional de ICF (adjuntar Código Ético).
- b. Comprende y respeta, con carácter general, todas las normas éticas de ICF.
- c. Comunica claramente las diferencias entre coaching, consultoría, psicoterapia y otras profesiones de apoyo.
- d. Refiere el cliente a otro profesional de apoyo cuando es necesario, sabe cuándo lo es y conoce los recursos disponibles.

2. Comentarios a la definición.

Aspectos que se incluyen en la competencia y que deben ser tenidos en cuenta por el Coach en cada intervención de Coaching.

Tratándose de una Competencia que se ocupa del comportamiento del coach distinguimos dos grandes bloques:

1. **Comportamiento del coach en relación con las normas de actuación profesional** que comprenden tanto normas específicas (código deontológico de ICF) como inespecíficas que regulan la relación profesional de coaching (aspectos logísticos y de interacción con el cliente). Existe por tanto una obligación de estudio y seguimiento de las actualizaciones que ICF realiza en su código ético y también en todas las normas y procedimientos que regulan el correcto funcionamiento del coach en su actuación profesional. Sirva como ejemplo el compromiso de desarrollo continuo recientemente introducido en la sección quinta del código ético y la obligación de realizar un mínimo de horas de formación en esta competencia como requisito para renovar credenciales.
2. **Comportamiento del coach en relación con otras profesiones de apoyo** que el coach debe conocer, diferenciar, respetar y tan solo acudir a ellas cuando sea necesario para su cliente. Es fundamental comprender que esta competencia es parte esencial del apartado “sentar las bases” y el coach debe clarificar desde un principio las diferencias que existen entre el coaching y otras actividades profesionales. Por otra parte, el dominio de esta competencia implica que si, en algún momento, el coach entiende que su cliente puede estar necesitando la ayuda de otro profesional cualificado, debe proponerlo con absoluta claridad a su cliente

3. Desafíos para el cumplimiento de la competencia

- ✓ Entender bien qué es la ética y dónde se enmarca.
- ✓ Poner la ética en el cliente, de forma sencilla y amena.
- ✓ Integrar la ética, no desde lo conceptual, Vivirla como cualquier otra competencia.
- ✓ Tener una reflexión crítica del alcance que puede suponer para la profesión la ausencia de la misma.
- ✓ Ser capaz de poner de manifiesto cuándo uno deja de cumplirla o cuándo dejan otros de cumplirla.

- ✓ Saber que sin ética no hay coaching.
- ✓ Mostrar un profundo respeto por la profesión, por el cliente y por el proceso en si mismos.
- ✓ Brindar al cliente un mapa de referencia para una profesión que no está reglada.
- ✓ Mostrar que los paradigmas de partida de la profesión son distintos a otros y con grandes dosis de coherencia. Por ejemplo, el cliente es igual al coach, dispone de todos los recursos en él para su desarrollo, el Coaching es acción, no hay coaching sin planes de acción, el coaching trabaja el presente y futuro, se apoya en el pasado para explorar recursos y modificar juicios limitantes, etc.

4. Preguntas para la reflexión del Coach

(preguntas que el Coach se hace a sí mismo para reflexionar y tomar conciencia de su nivel de cumplimiento de la competencia)

A) Sobre mi (Coach)

- ¿Conozco en profundidad el Código Ético?
- ¿Están dentro de mi conducta habitual los comportamientos señalados en el Código Ético?
- ¿Debo prestar especial atención al cumplimiento de alguno de sus artículos?
- ¿Actúo acorde con el Código Ético en todas mis relaciones profesionales, ya sea como coach, supervisor, coach mentor o formador?
- ¿Conciencio a todas las partes interesadas acerca de las responsabilidades de este Código?
- ¿Informo a ICF de cualquier infracción de las normas de nuestro CE que pueda observar?
- ¿Informo adecuadamente sobre mí como Coach y sobre los resultados del proceso?
- ¿Mantengo en todo momento los principios de equidad e igualdad en todas mis relaciones?
- ¿Comunico claramente mis cualificaciones profesionales?
- ¿Identifico claramente lo que se puede esperar de la relación de coaching y de qué es ICF?
- ¿Respeto las contribuciones y esfuerzos de otros coaches?
- ¿Identifico claramente aspectos míos que puedan interferir en la relación de coaching y adopto las medidas oportunas?
- ¿Informo de manera honesta sobre mis investigaciones gozando del consentimiento de todas las partes involucradas?
- ¿Mantengo estricta confidencialidad sobre la información generada durante el proceso y la custodio y elimino debidamente?
- Utilizo la información de contacto de los miembros de ICF en la forma autorizada por la propia ICF?
- ¿Observo, junto con mi equipo, estricta confidencialidad sobre mis procesos y clientes e informo oportunamente de los límites que pueden existir (legales, peligro inminente para otros, etc.)?
- ¿Mantengo un desarrollo constante de mis habilidades profesionales?

B) Sobre mi relación con el cliente

- ¿Le hago participe de mi adscripción al Código Ético?
- ¿Cuáles son mis puntos fuertes en mi relación con el cliente respecto al Código Ético?
- ¿En qué aspectos del Código Ético he de poner énfasis en esta relación?
- ¿Le animo a que cambie de coach o de recursos si lo estimo más conveniente para él?
- ¿Aclaro suficientemente los roles si soy un coach interno con otras funciones a mi cargo?
- ¿Informo a mi cliente y patrocinador de cualquier compensación extra que pueda percibir por derivación u obtención de clientes?
- ¿Respeto la decisión de mi cliente de concluir la relación de coaching en cualquier momento?
- ¿Observo adecuadamente los límites físicos y culturales tanto con mi cliente como con el patrocinador?

C) Sobre el proceso

- ¿Reflexiono acerca del cumplimiento de todos los artículos en nuestra relación de coaching?
- ¿Existe algún aspecto de este proceso en el que deba poner especial énfasis?
- ¿Me mantengo alerta ante cualquier conflicto de interés que se pueda presentar en la relación de coaching?

- ¿Me aseguro al inicio de la relación de que cliente y patrocinador entiendan claramente todo lo relacionado con el proceso (naturaleza del coaching, confidencialidad, acuerdos financieros...)?
- ¿He establecido un contrato claro de la relación de coaching en el que se incluya también cómo se intercambiará la información?
- ¿Estoy atento a que tanto yo como mis colaboradores nos mantengamos estrictamente dentro de una relación profesional?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia.

- a. Comprende y demuestra mediante sus propias acciones el código de conducta profesional de ICF.
 - Informa y muestra al cliente y patrocinador sus certificados y acreditaciones de ICF relativos al coaching como evidencia de su profesionalidad.
 - Informa sobre su pericia y experiencia como muestra de estar suficientemente cualificado para el desempeño de la profesión.
 - Explica al cliente y patrocinador para qué está adscrito al código Ético de ICF.
 - Presenta ICF en el primer encuentro con un potencial patrocinador y cliente, destacando la función de su Código Deontológico.
 - Repasa con el cliente su comprensión de los puntos fundamentales que rigen el proceso de coaching en su primer encuentro.
 - Guarda confidencialidad sobre el proceso, cliente y patrocinador.
- b. Comprende y respeta, con carácter general, todas las normas éticas de ICF.
 - Explica en qué, cómo y de qué manera va a contribuir como coach en el proceso con el cliente.
 - Trata de forma realista con el patrocinador y cliente las expectativas sobre los resultados.
 - Reconoce las contribuciones de los demás no asumiéndolas como suyas propias.
 - Usa toda la información relativa a sus clientes de manera confidencial y no la comparte con terceros.
 - Rechaza cualquier forma de recompensa adicional por facilitar, compartir o divulgar información sobre el proceso de coaching o del cliente a terceros.
 - Cumple el acuerdo establecido en el contrato en todos los puntos que éste contenga.
 - Acepta con respeto y profesionalidad las posibles decisiones que su cliente pueda tomar con respecto al proceso de coaching.
 - Mantiene una actitud objetiva durante todo el proceso de coaching.
 - Elabora un acuerdo sobre la información que podrá compartir con el patrocinador sobre el proceso.
- c. Comunica claramente las diferencias entre coaching, consultoría, psicoterapia y otras profesiones de apoyo.
 - Explica durante la reunión inicial las diferencias que existen entre el coaching y otras disciplinas que puedan llevar a confusión.
- d. Refiere el cliente a otro profesional de apoyo cuando es necesario, sabe cuándo lo es y conoce los recursos disponibles.
 - Reconoce y sugiere a su cliente otro tipo de apoyo cuando la situación lo requiere.

6. Comportamientos observables.

- Al inicio de la relación de coaching, el coach explicita al cliente la existencia del código Ético y su completa adherencia a éste en todo momento –antes, durante y después de la relación-.
- El coach explica con claridad al cliente las diferencias entre Coaching, Consultoría, Psicoterapia y otras disciplinas y se asegura de que éste lo comprende perfectamente, antes del inicio de la relación.

- El coach mantiene la confidencialidad y la privacidad en relación al cliente, su vida y los temas tratados en las sesiones de coaching.
- Para salvaguardar la confidencialidad y asegurar la co-responsabilidad, cuando en un proceso de coaching existe un patrocinador distinto del propio cliente, el coach acuerda con el cliente qué información puede ser compartida con el patrocinador y cuál no, y hace mención explícita a ésta en el acuerdo de coaching.
- Ante cualquier petición de consejo por parte del cliente sobre qué hacer o cómo actuar ante el tema tratado en la sesión o cualquier otro, el coach le hace saber de forma clara que esto queda fuera de su misión y del alcance de la relación de coaching.
- El coach usa sus habilidades para garantizar que en la sesión se tratan temas mayoritariamente relacionados con el presente y futuro del cliente y no con su pasado.
- Si el coach observa que, a su juicio, el cliente podría necesitar un profesional distinto a un coach, o bien detecta a lo largo de la relación cualquier conflicto de intereses real o potencial, lo explicita ante el cliente para tomar una decisión al respecto.