

ÁREA DE COMPETENCIAS DE ICF ESPAÑA

FICHA COMPETENCIA 8

APARTADO: FACILITAR EL APRENDIZAJE Y LOS RESULTADOS COMPETENCIA 8: CREAR CONSCIENCIA

1. Definición: Capacidad de integrar y evaluar con precisión varias fuentes de información y de hacer interpretaciones que ayuden al cliente a ser consciente para obtener los resultados pautados.

- a) Va más allá de lo que dice el cliente al evaluar sus preocupaciones y no se ve atrapado en la descripción del cliente.
- b) Hace averiguaciones para mejorar la comprensión, la consciencia y la claridad.
- c) Identifica las preocupaciones ocultas del cliente, sus formas habituales y fijas de percibirse a sí mismo y de percibir el mundo, las diferencias entre los hechos y la interpretación, las discrepancias entre pensamientos, sentimientos y acciones.
- d) Ayuda al cliente a descubrir nuevos pensamientos, creencias, percepciones, emociones, estados de ánimo, etc. que refuerzan su capacidad de actuar y a conseguir lo que es importante para él.
- e) Ofrece enfoques más amplios al cliente e inspira compromiso para cambiar sus puntos de vista y encontrar nuevas posibilidades de acción.
- f) Ayuda al cliente a ver los distintos factores interrelacionados que condicionan su comportamiento (pensamientos, emociones, lenguaje corporal y antecedentes).
- g) Expresa su punto de vista de forma útil y comprensible para el cliente.
- h) Identifica los principales puntos fuertes y las principales áreas de aprendizaje y crecimiento, así como lo que requiere un tratamiento prioritario durante el proceso de coaching.
- i) Pide al cliente que distinga entre los problemas triviales e importantes, entre los comportamientos coyunturales y recurrentes, cuando detecta una diferencia entre lo que se dice y lo que se hace.

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:

Debatimos si emplear “conciencia” o “consciencia”. Entendemos “conciencia” con la distinción de elaborar juicios de carácter moral y por ello elegimos “consciencia” que tiene que ver con el conocimiento que el ser humano tiene del estado en que se encuentra, de su ser y de su comportamiento.

Entendemos que ésta, es una **competencia clave** en el cambio transformador del cliente y que determinará la calidad y cumplimiento del plan de acción.

Entendemos también, que esta competencia es consecuencia del cumplimiento de todas las demás.

Para crear consciencia en el cliente, consideramos importante:

- Mostrar al cliente sus discrepancias, para que tome perspectiva con una mirada global.
- Mostrarle la coherencia entre su discurso y sus emociones.
- Diferenciar entre hechos e interpretaciones.
- Permitir al cliente que entre a explorar sobre él mismo.
- Invitar al cliente a explorar el aprendizaje de la situación que está viviendo.
- En el punto d) nos sorprende la palabra **ayuda**, la cual no es habitual y quizá da permiso al coach para introducir otras herramientas más allá de las preguntas. Nos preguntamos: ¿Qué significa “ayuda”? ¿Es sólo preguntar, invitar? Pensamos que puede ser algo más.
- Ofrecer enfoques más amplios al cliente: desafiarle para llevarle más allá de lo que trae, sin apego, desde la intuición, desde el ser.
- Crear consciencia sobre los aprendizajes y las nuevas perspectivas que obtiene el cliente durante la sesión y entre sesiones. (Núcleo de esta competencia)

3. Desafíos para el cumplimiento de la competencia

- Tener la creencia y confiar en que el cliente dispone de la capacidad para encontrar sus propias respuestas.
- Ser capaz de desafiar al cliente para que salga de su zona de confort.
- Ver al cliente como un ser completo, creativo y lleno de recursos.
- Dar valor a los aprendizajes, en lugar de centrarse en la búsqueda de una solución.
- Facilitar el espacio para favorecer que el cliente busque nuevos aprendizajes.
- Respetar el espacio de discernimiento del cliente, a través del silencio, para facilitar el proceso reflexivo.
- Acompañar en el descubrimiento de nuevas perspectivas durante un proceso inspirador, creativo y de reflexión.
- Explorar con el cliente que las nuevas perspectivas estén alineadas con sus objetivos.
- Abrir espacios para indagar acerca de qué emociones se asocian a los nuevos descubrimientos.
- Facilitar que el cliente se oriente a la acción en base al aprendizaje obtenido.

4. Preguntas para el Coach

Preguntas que el Coach se hace a sí mismo para reflexionar y tomar conciencia de su nivel de cumplimiento de la competencia.

Antes de la sesión

- ¿Cuánta curiosidad, de 1 a 10, tengo sobre mi cliente y sus objetivos/proceso?
- ¿Cómo valoro, de 1 a 10, mi actitud de explorador sobre mi cliente y sus objetivos/proceso?
- ¿Cómo de vulnerable (desde el no saber), estoy siendo en este proceso para mi cliente?
- ¿Cómo sabré que mantengo el equilibrio entre la empatía y el reto para mi cliente?
- ¿En qué grado estoy aceptando la perspectiva de mi cliente y en qué grado la estoy desafiando?

Después de la sesión:

- ¿He accedido a mi intuición y la he compartido con mi cliente, sin apego?
- ¿He estado pendiente, al inicio, durante y al cierre de la sesión de facilitar al cliente la consolidación de aprendizajes?
- ¿Le he invitado a declarar aprendizajes en la sesión?

- ¿Le he invitado a declarar como aplicará en su vida, en el futuro, esos aprendizajes obtenidos en la sesión?
- ¿He explorado, a lo largo de la sesión, si los aprendizajes que estaba tomando el cliente le acercaban al objetivo de la sesión/proceso?
- ¿He explorado a lo largo de la sesión qué le estaba permitiendo avanzar a mi cliente?
- ¿He indagado posibles recursos/fortalezas del pasado que le puedan servir a mi cliente en el futuro o en la situación actual?
- ¿He indagado qué le permite aprender sobre sí mismo la situación/objetivo?
- ¿He devuelto, sin apego, posibles incoherencias en el discurso del cliente, que le permitan abrir nuevas perspectivas?
- ¿Me he cuestionado desde dónde está hablando mi cliente (perspectiva de la situación) para hacerle preguntas que le ampliaran la perspectiva?
- ¿He motivado al cliente a ir más allá?
- ¿He preguntado a mi cliente por posibles creencias/actitudes y/o emociones que interfieran en su resultado deseado?
- ¿Le he invitado a identificar qué creencias/actitudes y/o emociones podrían serle de ayuda para lograr su resultado deseado?
- ¿He observado cuánto se escucha la voz del cliente y cuánto la mía en la sesión?

Sobre mi relación con el cliente

- ¿Me asocio con el cliente para explorar nuevas perspectivas?
- ¿Pido permiso para compartir, sin apego y de forma sintética, mis intuiciones con el cliente?
- ¿Invito al cliente a que reconozca lo que ya es o lo que ya hace en relación con su objetivo?
- ¿Mi relación con el cliente me permite compartir perspectivas e intuiciones sin apego?
- ¿Utilizo el lenguaje del cliente para generar perspectivas más amplias y nuevos puntos de vista?
- ¿Utilizo el estilo de aprendizaje del cliente para generar nuevas perspectivas?
- ¿Proporciono espacios de reflexión al cliente para integrar/consolidar nuevos aprendizajes en relación con sus metas?
- ¿Exploro el impacto que tendrá su éxito en otros y en su propia vida?
- ¿Invito a que mi cliente generalice/use los aprendizajes obtenidos en la sesión para el futuro?
- ¿Me atrevo a ir más allá de la historia/narrativa de mi cliente?
- ¿Doy espacio a mi cliente para que valore y explore las intuiciones/perspectivas que le comparto?
- ¿Muestro al cliente mi vulnerabilidad, el estar abierto a no saber?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia

- El coach invita al cliente a declarar y/o explorar su aprendizaje sobre su situación en esta sesión.
- El coach invita al cliente a declarar y/o explorar el aprendizaje sobre sí mismo en cada sesión.
- El coach comparte lo que está percibiendo de la situación del cliente, y busca que el cliente lo explore y su opinión al respecto.
- El coach invita al cliente a considerar cómo utilizará el nuevo aprendizaje extraído del proceso.
- Las preguntas, intuiciones y observaciones del coach tienen potencial para crear nuevos aprendizajes para el cliente.

6. Comportamientos observables

- El coach invita al cliente a que contemple y explore su realidad desde otra perspectiva.
- El coach comparte con el cliente a modo de espejo, su percepción de lo que éste le está trasladando.
- Si el cliente manifiesta una creencia, idea o pensamiento relevante para conseguir su objetivo, el coach le ayuda a que tome consciencia sobre cómo le afecta.
- El coach se muestra inconformista, invitando a construir diferentes escenarios que muevan al cliente hacia el avance. (Ej: ¿y qué más?... ¿y qué más?)
- El coach desafía al cliente en los casos en los que el cliente dice: “no puedo”, “no soy capaz”, “no sé”, etc...
- El coach invita al cliente a reflexionar sobre lo aprendido en la sesión.
- El coach indaga sobre la creación de consciencia del cliente.
- El coach indaga ampliando perspectiva desde el quién, qué, cómo ...
- El coach pregunta al cliente sobre la estrategia de aprendizaje que le ha ayudado a generar una nueva consciencia (meta aprendizaje).
- El coach devuelve al cliente las incoherencias que refleja en su discurso (tanto verbal como no verbal), para abrir nuevas perspectivas.
- El coach muestra al cliente la distinción entre lo que sucede y la interpretación que éste da a lo que sucede.
- El coach indaga en otras áreas de la vida del cliente para extraer el aprendizaje que pueda aplicar en la situación actual.
- El coach orienta sus preguntas para ampliar el aprendizaje del cliente a otros ámbitos de su vida fuera de la situación concreta.
- El coach crea un espacio en el que el cliente lidera plenamente la creación de su propio aprendizaje.
- El coach emplea diversos métodos, dinámicas y herramientas para ayudar al cliente a explorar su realidad, cambiar de observador y ampliar perspectivas, siempre y cuando estén al servicio del cliente y no del coach.