

ÁREA DE COMPETENCIAS DE ICF ESPAÑA

Antes de abordar el estudio de la competencia 9, nos parece interesante compartir la nueva tendencia de ICF Global:

La visión es agrupar las tres competencias 9, 10 y 11, creando un concepto más amplio de aprendizaje para el coach en la actualidad. Las tres competencias nos dicen algo innovador, una nueva perspectiva... La evidencia de ello es que dentro de los **PCC Markers** o indicadores de evaluación de ICF ya están agrupadas como se puede ver en el párrafo siguiente:

Competencias 9, 10 y 11: Diseñando Acciones, Planificando y Estableciendo Objetivos y Gestionando el Progreso y Responsabilidad.

1. El Coach invita o permite al cliente que explore el progreso hacia aquello que quiere lograr en la sesión.
2. El Coach acompaña al cliente a diseñar acciones/pensamientos que pueda hacer después de la sesión, para que pueda continuar progresando en favor de los resultados deseados.
3. El Coach invita o permite que el cliente considere su camino a seguir, valorando según corresponda, mecanismos de apoyo, recursos y posibles obstáculos.
4. El coach acompaña al cliente a diseñar los mejores métodos para gestionar la responsabilidad sobre si mismo.
5. El Coach acuerda con el cliente el cierre de la sesión.
6. El Coach se da cuenta y refleja el progreso del cliente.

Más información:

<https://coachfederation.org/pcc-markers>

FICHA COMPETENCIA 9

APARTADO: FACILITAR EL APRENDIZAJE Y LOS RESULTADOS COMPETENCIA 9: DISEÑO DE ACCIONES

1. Definición: la habilidad para crear con el cliente las oportunidades de aprendizaje continuo, durante el coaching en situaciones en el trabajo o de la vida diaria y al tomar nuevas acciones las que llevarán de la manera más efectiva posible a los resultados acordados para el coaching. a) Va más allá de lo que dice el cliente al evaluar sus preocupaciones y no se ve atrapado en la descripción del cliente.

a) Trabaja las ideas y ayuda al cliente a definir acciones que le permitan demostrar, practicar y profundizar nuevos aprendizajes.

b) Ayuda al cliente a que se focalice y explore de manera sistemática las preocupaciones específicas y oportunidades que son centrales para las metas acordadas en el coaching

c) Involucra al cliente en la exploración de ideas y soluciones alternativas, en la evaluación de opciones y en la toma de decisiones relacionadas

d) Promueve la experimentación activa y el auto descubrimiento en donde el cliente aplica lo que se ha discutido y aprendido durante las sesiones en su trabajo o contexto de vida particular inmediatamente después de las sesiones.

- e) Celebra los éxitos del cliente y sus capacidades para el crecimiento futuro.
- f) Desafía los supuestos del cliente y sus perspectivas para provocar nuevas ideas y buscar nuevas posibilidades para la acción.
- g) Propone y presenta puntos de vista que están alineados con las metas del cliente y sin apego se las presenta al cliente para que éste las evalúe.
- h) Ayuda al cliente a aplicar la política de “Hazlo Ahora” durante la sesión de coaching, brindándole apoyo inmediato
- i) Motiva la expansión y los desafíos, pero también un ritmo cómodo de aprendizaje.

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:

- Como eje central destacamos la idea de aprendizaje continuo que lleva a la acción en los distintos ámbitos de actuación del cliente para que conecte con nuevos modos de hacer que se ajusten a su plan de coaching.
- Acompañar al cliente a explorar y diseñar distintas opciones para la acción. Es una competencia que impulsa a explorar, diseñar y experimentar sobre nuevas posibilidades de crecimiento del cliente.
- El cliente va experimentando y aplicando lo que va aprendiendo en las mismas sesiones o en situaciones de su vida diaria, alentándole el coach desde el “hazlo ahora”.
- Celebrar los logros alcanzados por el cliente durante la sesión y entre sesiones alineados con su plan de coaching y desarrollo futuro.
- Muy importante el respeto del ritmo del aprendizaje del cliente para conseguir un máximo compromiso por su parte.

3. Desafíos

- Invitar al cliente a explorar y diseñar acciones que promuevan la experimentación activa (nuevos comportamientos, actitudes, reflexiones, conclusiones, ideas, formas de pensar, etc) y autodescubrimiento.
- Tener en cuenta el estilo de aprendizaje del cliente para que éste elija su diseño de acciones adecuado.
- Acompañar al cliente a que diseñe acciones que tengan relación directa entre lo aprendido en la sesión y la consecución del objetivo propuesto.
- Confiar en que el cliente lidera su diseño de acciones (en lugar del coach).
- Invitar al cliente para que asuma su responsabilidad sobre qué acciones o reflexiones le son útiles después de la sesión.
- Promover el aprendizaje continuo del cliente tanto durante la sesión como fuera de la sesión fomentando su auto suficiencia y toma de consciencia.

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

- ¿Mi actitud es de reconocimiento de que las alternativas (acciones, razonamientos/ pensamientos y emociones asociadas) parten del cliente y no de mí?
- ¿Soy consciente de que la responsabilidad de los logros del cliente es suya y no mía?
- ¿Confío en que mi cliente dispone de todos los recursos necesarios para llevar a cabo el diseño de acciones?

Después de la sesión:

- ¿He acompañado al cliente en el diseño de opciones?
- ¿He acompañado al cliente en la exploración de las cualidades, recursos, emociones y pensamientos con los que cuenta para llevar a cabo las acciones?
- ¿He acompañado al cliente en la exploración de los posibles impedimentos que puedan surgirle a la hora de llevar a cabo las alternativas?
- ¿Le he animado a la exploración de nuevas opciones que salven esos posibles impedimentos?
- ¿Las acciones diseñadas por el cliente han surgido después de que se haya generado su aprendizaje?
- ¿He desafiado al cliente a que sus alternativas supongan asumir nuevos retos de aprendizaje?
- ¿He felicitado al cliente por los logros alcanzados durante la sesión y entre sesiones y por la importancia que tiene lo alcanzado en relación con su crecimiento futuro?

Sobre mi relación con el cliente

- ¿Tengo desapego respecto al contenido y la cantidad de alternativas que el cliente plantea?
- ¿Genero una relación de co-creación con el cliente a la hora de generar alternativas?
- ¿He desafiado al cliente a explorar alternativas que se ajusten a sus cualidades, a sus talentos, a sus emociones y pensamientos deseados para su futuro?
- ¿He tenido en cuenta el estilo de aprendizaje del cliente para acompañarle en el diseño de acciones?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia

- El coach acompaña al cliente a diseñar alternativas (acciones, razonamientos/ pensamientos y emociones asociadas) que pueda llevar a cabo después de la sesión para continuar progresando en función de los resultados deseados.
- Desarrolla ideas conjuntamente y ayuda al cliente a definir acciones que permitan demostrar, practicar y profundizar en nuevos aprendizajes.
- Muestra su reconocimiento a lo alcanzado por el cliente ya sea durante la sesión o en el periodo entre sesiones.
- Acompaña al cliente a descubrir que es clave para lograr su objetivo y a identificar los pros y contras de cada una de las alternativas diseñadas.
- Motiva y reconoce la expansión y los desafíos conseguidos por el cliente.

6. Comportamientos observables

- El coach invita al cliente a diseñar posibles acciones a partir de lo que el cliente ha descubierto en la sesión.
- El coach invita al cliente a pensar en diferentes pasos que le acercan a su objetivo.
- El coach le pregunta al cliente sobre próximos retos una vez que haya conseguido realizar las acciones que ha diseñado.
- El coach desafía al cliente a explorar alternativas que se ajustan a sus cualidades, a sus talentos, a sus emociones y pensamientos deseados para su futuro.

- El coach verifica con el cliente que las nuevas acciones diseñadas están conectadas con lo que cree, quiere sentir y con sus cualidades y talentos.
- El coach felicita al cliente por los logros alcanzados durante la sesión y entre sesiones y por la importancia que tiene lo alcanzado en relación con su crecimiento futuro.
- El coach le invita al cliente a que evalúe la idoneidad de cada una de las alternativas formuladas.