

NIVELES DE CLASIFICACIÓN DE COMPETENCIAS FUNDAMENTALES DE LA ICF

Adaptados a partir de los documentos de capacidades mínimas necesarias para cada nivel de acreditación
(Incluye los criterios que impiden la aprobación -con fondo grisado-)

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|---|--|--|
| <p>1. Ética y deontología</p> <p><i>El candidato no aprobará esta competencia si:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Se centra principalmente en decir al cliente lo que debe hacer o cómo debe hacerlo (consultoría) • La conversación se basa principalmente en el pasado, especialmente en el pasado emocional (terapia). • No explora o evoca con claridad los principios básicos de la definición de coaching de la ICF. La falta de claridad en el uso de capacidades se reflejará en el nivel de capacidad demostrado en algunas de las competencias que se enumeran a continuación. • Por ejemplo, si un coach casi siempre aconseja o indica que el cliente debe seguir una respuesta del coach, se omitirán los apartados de confianza e intimidad, presencia del coaching, cuestionar con fuerza, crear conciencia y acciones y responsabilidad generadas por el cliente, y se denegarán todos los niveles de acreditación. | <ul style="list-style-type: none"> • No se valora directamente en la evaluación, véase la primera columna. | <ul style="list-style-type: none"> • No se valora directamente durante la evaluación, véase la primera columna. | <ul style="list-style-type: none"> • No se valora directamente la evaluación, véase la primera columna. |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|---|---|---|--|
| <p>2. Establecer el acuerdo de coaching.</p> <p>Capacidad de comprender lo que requiere la interacción concreta de coaching y de alcanzar un acuerdo con el cliente, nuevo o potencial, sobre el proceso y la relación de coaching.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer inicialmente las "reglas del acuerdo" • Establecer el acuerdo para la sesión actual. ¿En qué quiere centrarse hoy el cliente? ¿Qué dará más valor a los próximos 30 minutos? Establecer un enfoque. • <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach trata superficialmente lo que el cliente dice que quiere hacer. • Se limita al orden del día sin profundizar. <p><i>El coach elige el tema por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no se centra en el tema elegido por el cliente.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach se centra en lo que el cliente dice que quiere hacer. • Se ciñe al orden del día con cierta profundidad para poder medir el éxito en cada tema de la sesión. <p><i>El coach elige los temas por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no se centra en los temas elegidos por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no profundiza en las medidas del éxito de cada tema con el cliente o define las medidas por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no profundiza en los problemas ocultos que impiden la consecución de resultados o del orden del día o no comprueba con el cliente si éste logra avanzar hacia los objetivos que se había marcado para la sesión..</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach profundiza en los objetivos del cliente para la sesión, establece medidas de éxito para el cliente durante la sesión y se asegura de que tanto el cliente como el coach conozcan con claridad el objetivo de coaching. • El coach comprueba periódicamente si el enfoque de coaching sigue siendo válido para los objetivos del cliente y, si es necesario, introduce cambios de enfoque en función de la información facilitada por el cliente. <p><i>No se demuestra una auténtica relación de colaboración.</i></p> <p><i>El coach elige los temas por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no se centra en los temas elegidos por el cliente.</i></p> <p><i>El coach no explora con el cliente las medidas de éxito de cada tema hasta determinar con claridad la intención o el enfoque del cliente para la sesión.</i></p> <p><i>El coach no permite que el cliente exprese con total claridad los problemas que deben tratarse con relación a los objetivos declarados por el cliente para la sesión.</i></p> <p><i>El coach no comprueba con el cliente si éste logra avanzar hacia los objetivos que se había marcado para la sesión.</i></p> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|---|---|---|
| <p>3. Establecer confianza e intimidad con el cliente.</p> <p>Capacidad de crear un entorno seguro y de apoyo que genere confianza y respeto mutuos durante todo el proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> Establecer por adelantado una base sólida que permita la colaboración con el cliente. Establecer expectativas para una relación abierta y franca. Demostrar integridad, confidencialidad, respeto y apoyo. Mantener una "opinión incondicionalmente positiva" del cliente. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach sigue el orden del día del cliente, pero está obcecado con su propio rendimiento, por lo que la competencia de confianza e intimidad no es la más fuerte. <ul style="list-style-type: none"> <i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por la visión del cliente.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre sus objetivos con relación a la situación.</i> <i>La atención del coach parece centrarse en su propio rendimiento o en demostrar conocimientos sobre la materia.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach puede tener cierto grado de confianza en el cliente y de conexión con el mismo. El coach se preocupa por ofrecer una imagen de "buen coach", por lo que asume menos riesgos o no sabe lo que dificulta una relación completa de confianza e intimidad consigo mismo, el cliente y la relación de coaching. <ul style="list-style-type: none"> <i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por la visión del cliente.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre sus objetivos con relación a la situación.</i> <i>La atención parece centrarse en el propio rendimiento del coach o en demostrar conocimientos sobre la materia.</i> <i>El coach no invita al cliente a compartir sus ideas sobre una base de igualdad.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach desea alcanzar la confianza total mediante un estado nuevo y mutuo de conciencia que sólo puede surgir en el momento y a través de la conversación. El coach se siente cómodo sin saber y reconoce este estado como uno de los mejores para expandir la conciencia. El coach desea ser vulnerable con el cliente y consigue que el cliente sea vulnerable con él. El coach confía en sí mismo, el proceso y el cliente como colaborador completo en la relación. Sentido de fluidez y naturalidad totales en la conversación; el coach no necesita esforzarse para hacer su trabajo. <ul style="list-style-type: none"> <i>El coach no trata al cliente como un colaborador completo y, además de elegir el orden del día, participa en la creación del propio proceso de coaching.</i> <i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por la visión del cliente.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación.</i> <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre sus objetivos con relación a la situación o parece centrarse en su propio rendimiento o en demostrar conocimientos sobre la materia. Además:</i> <i>El coach no invita al cliente a compartir sus ideas sobre una base de igualdad y/o elige el enfoque y las herramientas de la sesión sin contar con la opinión del cliente.</i> <i>Toda indicación de que el cliente intenta enseñar en lugar de hacer coaching también dará lugar a una puntuación inferior al nivel MCC.</i> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|--|---|--|
| <p>4. Presencia del coach.</p> <p>Capacidad de ser plenamente consciente y de crear una relación espontánea con el cliente utilizando un estilo abierto, flexible y seguro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar plenamente presente y ser flexible con el cliente, "vivir el momento". • Ser curioso, confiar en el propio instinto, experimentar, usar el humor. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach sigue el orden del día del cliente pero está obcecado con su propio rendimiento, lo que atenúa la presencia. • El coach sustituye con frecuencia la presencia y la receptividad por el razonamiento y el análisis. <p><i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por profundizar en la visión del cliente.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación.</i> • <i>El coach es indiferente a esta información.</i> • <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre sus objetivos con relación a la situación.</i> • <i>El coach es indiferente a esta información.</i> • <i>La atención parece centrarse en el propio rendimiento del coach o en demostrar conocimientos sobre la materia.</i> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach sigue el orden del día del cliente, pero dirige el coaching y elige las herramientas. • El coach opta por una perspectiva objetiva o subjetiva, pero no mantiene las dos a la vez. • El coach demuestra la necesidad de dirigirse hacia la solución en lugar de limitarse a vivir el momento con el cliente. • El coach elige formas de avanzar en lugar de dejar que el cliente se las indique. • Existe colaboración, pero el coach se considera experto y superior al cliente. • La presencia del coach determina el valor añadido para el cliente. <p><i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por la visión del cliente.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación o es indiferente a esta información</i> • <i>El coach no intenta obtener información sobre los objetivos del cliente con relación a la situación o es indiferente a esta información.</i> • <i>La atención parece centrarse en el propio rendimiento del coach o en demostrar conocimientos sobre la materia.</i> • <i>El coach, en lugar de estar presente y ser receptivo al cliente, confía demasiado en una fórmula concreta de coaching, en una herramienta o en preguntas estándar.</i> • <i>El coach no permite que el cliente contribuya a crear el método de evolución de l</i> • <i>a sesión de coaching.</i> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach es un observador totalmente adaptado al cliente. • La conexión con el cliente abarca su identidad, su forma de aprender y lo que el cliente tiene que enseñar al coach. • El coach es sensible al cliente y agradece las señales que le afectan tanto a sí mismo como al cliente. • El coach demuestra una curiosidad total sin necesidad de destacar. • El coach entabla una conversación plena con el cliente. • El coach confía en el valor inherente del proceso en lugar de sentir la necesidad de crear valor. <p><i>El coach no trata al cliente como un colaborador completo y, además de elegir el orden del día, participa en la creación del propio proceso de coaching.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach muestra más interés por su propia visión de la situación que por la visión del cliente.</i> • <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre su visión de la situación.</i> • <i>El coach no intenta obtener información del cliente sobre sus objetivos con relación a la situación o parece centrarse en su propio rendimiento o en demostrar conocimientos sobre la materia.</i> • <i>El coach no invita al cliente a compartir sus ideas sobre una base de igualdad y/o elige el enfoque y las herramientas de la sesión sin contar con la opinión del cliente.</i> • <i>Toda indicación de que el cliente intenta enseñar en lugar de hacer coaching también dará lugar a una puntuación inferior al nivel MCC.</i> • <i>El coach no permite que el cliente le ayude a desarrollar herramientas de coaching y prefiere utilizar las fórmulas, herramientas o preguntas de coaching estándar.</i> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|---|--|--|---|
| <p>5. Escucha activa.</p> <p>Capacidad de centrarse completamente en lo que dice y lo que no dice el cliente, de comprender el significado de sus palabras en su contexto y de ayudar al cliente a expresarse.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar sin un plan prefijado, distinguir entre las palabras, el tono, la voz y el lenguaje corporal. Escucha de nivel 2 y nivel 3. • Comprende la esencia de la comunicación del cliente. Ayuda al cliente a obtener una visión más clara y mayor perspectiva en lugar de involucrarse en su caso. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach escucha lo que dice el cliente y responde, pero sólo de forma obvia y superficial. • Por lo general, el coach se centra en "cuál es el problema", "cómo puedo ayudar a resolverlo" y "cómo apporto valor resolviéndolo". <p><i>El coach no demuestra escuchar atentamente ni responder a lo que dice el cliente.</i></p> <p><i>La respuesta del coach no guarda relación con lo que el cliente intenta conseguir.</i></p> <p><i>El coach parece limitarse a escuchar cuando puede demostrar sus conocimientos en la materia o decir al cliente lo que debe hacer al respecto..</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach escucha con un alto nivel de conciencia. • El coach escucha centrándose en el orden del día del cliente y puede cambiar de orientación si el cliente lo hace. • El cambio de orientación puede ser o no la mejor solución para el asunto tratado. • El coach se centra en lo que dice el cliente, pero más bien desde la perspectiva de recopilar información que encaje en la herramienta o el modelo de descubrimiento concreto del coach. • El coach tiende a escuchar de forma más lineal y se concentra en el contenido de las palabras. • El coach escucha en busca de respuestas, de la siguiente pregunta o de qué hacer con lo que ha escuchado e intenta encajarlo en un modelo que comprenda. • Tenderá a responder según su modelo más que del modelo del cliente. • El coach escucha con cierta profundidad, pero omite con frecuencia los matices fundamentales que captaría un coach de nivel máster. • El coach tiende a escuchar sesión por sesión en lugar de hacerlo acumulativa. • <i>El coach no demuestra escuchar atentamente ni responder a lo que dice el cliente.</i> • <i>La respuesta del coach no guarda relación con lo que el cliente intenta conseguir.</i> • <i>Se limita a escuchar en busca de problemas o puntos débiles.</i> • <i>El coach parece limitarse a escuchar cuando puede demostrar sus conocimientos en la materia o decir al cliente lo que debe hacer al respecto..</i> • <i>El coach demuestra que sólo puede escuchar a través de sus propias percepciones y modelos de razonamiento, aprendizaje y creación en lugar de escuchar los modelos y métodos del cliente.</i> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach escucha en perfecta sintonía aprendiendo con facilidad, y lo hace simultáneamente a nivel lógico, emocional y orgánico. • El coach escucha de forma tanto lineal como no lineal y sus respuestas demuestran que aprende sobre el cliente a muchos niveles. • El coach reconoce, tanto en sí mismo como en el cliente, la capacidad de percepción energética intuitiva que se siente cuando el cliente habla de cosas importantes, cuando el cliente experimenta un crecimiento y cuando el cliente encuentra mayor sensación de poder en sí mismo. • El coach escucha el presente, pero también el desarrollo futuro del cliente. • El coach escucha al cliente en toda su grandeza y talento, pero también percibe las creencias y patrones que le limitan. • El coach escucha de manera acumulativa de una sesión a otra y en cada sesión individual. • <i>El coach no demuestra escuchar considerando al cliente en su conjunto ni percibir su razonamiento, aprendizaje y sensaciones a distintos niveles.</i> • <i>El coach escucha filtrando la información según sus propios métodos de razonamiento, aprendizaje y creación.</i> • <i>El coach no escucha activamente ni utiliza como una herramienta de coaching importante los métodos de razonamiento, aprendizaje y creación del cliente.</i> • <i>Los matices del lenguaje del cliente no se reflejan en las respuestas del coach.</i> • <i>El coach no escucha centrándose en ni respondiendo a lo que dice el cliente, la respuesta del coach no guarda relación con los objetivos del cliente o el coach se limita a escuchar en busca de problemas o puntos débiles.</i> • <i>El coach parece limitarse a escuchar cuando puede demostrar sus conocimientos en la materia o decir al cliente lo que debe hacer al respecto..</i> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|---|--|--|---|
| <p>6. Cuestionar con fuerza.</p> <p>Capacidad de hacer preguntas que revelan la información necesaria para obtener el máximo beneficio para la relación de coaching y para el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Preguntas claras y directas que aportan una nueva perspectiva y hacen avanzar al cliente. Preguntas abiertas, claras, directas y concisas que utilizan "cómo" y "cuándo". <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> Las preguntas siguen el orden del día del cliente, pero suelen buscar información concreta, responden a fórmulas preestablecidas y a veces conducen o tienen una "respuesta correcta" anticipada por el coach. Por lo general, las preguntas están muy encaminadas a resolver el problema del cliente con la mayor rapidez posible. <p><i>El coach no se centra en una metodología de interrogación y recurre al discurso.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> La mayoría de las preguntas contienen respuestas predeterminadas por el coach. Las preguntas siguen una agenda o unos asuntos no definidos por el cliente, sino por el coach. | <ul style="list-style-type: none"> Las preguntas siguen el orden del día del cliente y, por lo general, van destinadas a obtener información y cuestionar con fuerza. Las preguntas que cuestionan con fuerza tienden a buscar una solución al problema presentado por el cliente y pueden responder más al orden del día que al cliente. Las preguntas tienden a utilizar la terminología del coaching o un lenguaje fácil para el coach en lugar de utilizar y explorar el lenguaje del cliente. Ocasionalmente, se formularán preguntas directrices. El coach tiende a hacer preguntas con las que el cliente se siente cómodo. <p><i>El coach hace preguntas que reflejan su visión de la situación o conducen a una respuesta preconcebida.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Las preguntas orientan al cliente hacia una dirección elegida por el coach sin la aprobación del cliente. El coach no consigue ir más allá de las preguntas estándar del coaching o de sus modelos de razonamiento y aprendizaje y excluye así los modelos de razonamiento y aprendizaje del cliente. | <ul style="list-style-type: none"> El coach hace siempre o casi siempre preguntas directas y evocadoras que responden plenamente a las inquietudes actuales del cliente y que requieren que éste piense profundamente o cambie su estado de razonamiento. El coach utiliza el lenguaje y el estilo de aprendizaje del cliente para elaborar las preguntas. El coach se basa totalmente en la curiosidad y no hace preguntas cuyas respuestas ya conoce. Las preguntas suelen obligar al cliente a establecer un contacto más profundo con sus luces y sombras y a hallar el poder oculto en su interior. El coach hace preguntas que ayudan al cliente a crear el futuro en lugar de centrarse en los dilemas del pasado o incluso del presente. Al coach no le asustan las preguntas que hagan que él o el cliente se sientan incómodos. <p><i>El coach no hace preguntas evocadoras y pide al cliente que piense en un espacio más amplio o en un espacio experimental relacionado con su orden del día y con sus objetivos.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> El coach suele hacer preguntas destinadas a obtener información o preguntas que mantienen al cliente en el pasado o el presente de una situación en lugar de hacerle pensar en el futuro. Las preguntas no utilizan con frecuencia el lenguaje ni el estilo de razonamiento y creación del cliente o no hacen uso de lo que el coach ha aprendido sobre el cliente. Las preguntas reflejan la visión de la situación del coach, su estilo de aprendizaje y razonamiento o conducen a una respuesta preconcebida. El coach no consigue ir más allá de las preguntas estándar del coaching o de un modelo estándar. |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|---|--|---|--|
| <p>7. Comunicación directa. Capacidad de comunicarse eficazmente durante las sesiones de coaching y de utilizar el lenguaje que tenga el mayor efecto positivo en el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser claro, conciso y directo en las preguntas, observaciones y opiniones. • Percibir el lenguaje y su impacto en el cliente. Utilizar un lenguaje que ayude y respete al cliente. Recurrir a su lenguaje y sus puntos de interés en las metáforas y analogías para facilitar el aprendizaje. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • En ocasiones, el coach es muy directo, pero utiliza con frecuencia demasiadas palabras o siente la necesidad de "disfrazar" una pregunta u observación. • Las preguntas y observaciones suelen contener vocabulario de la formación del coach. • La mayoría de la comunicación se produce a un nivel en el que el coach se siente muy seguro. <p><i>El coach no sigue el orden del día del cliente, cambia el orden del día sin contar con el cliente o está obcecado con un determinado resultado o solución.</i></p> <p><i>La comunicación suele producirse de forma enrevesada, poco fluida o tortuosa.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Por lo general, el coach es directo, pero en ocasiones, siente la necesidad de "disfrazar" una pregunta u observación. • En ocasiones, el coach considera que sus intuiciones son realidades. • En ocasiones, el coach tampoco dice lo que piensa por temor a que el cliente no esté preparado para escucharlo. • El coach también puede demostrar la necesidad de suavizar la comunicación por temor a equivocarse. • El coach tiende a utilizar el lenguaje del coaching en lugar del lenguaje del cliente. • El coach tiene una base suficiente, pero no amplia, de recursos lingüísticos para utilizar con el cliente. <p><i>El coach confía preponderantemente en su propio lenguaje, modelo de razonamiento y modelo de aprendizaje sin utilizar las aptitudes del cliente en estos campos.</i></p> <p><i>El coach no invita al cliente a compartir estos campos ni su intuición.</i></p> <p><i>El coach está obcecado con una orientación o un resultado concreto del coaching.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach comparte con facilidad y libertad lo que considera importante sin restricciones. • El coach comparte de forma directa y sencilla el lenguaje del cliente y lo utiliza con frecuencia. • El coach confía plenamente en que el cliente elegirá las respuestas que más le convengan. • El coach invita, respeta y celebra la comunicación directa del cliente. • El coach crea un espacio suficiente para que el cliente disfrute de una comunicación igual o mejor que la del coach. • El coach dispone de una amplia base de lenguaje que utiliza y aprovecha el lenguaje del cliente para ampliarla. <p><i>El coach no invita plenamente al cliente a participar en el diálogo de coaching al mismo nivel.</i></p> <p><i>La comunicación del coach refleja un orden del día u otro tipo de orientación del coach.</i></p> <p><i>La comunicación no demuestra un uso frecuente del lenguaje del cliente ni de sus estilos de aprendizaje, razonamiento y creación.</i></p> <p><i>La comunicación no suele crear un espacio para que el cliente profundice en un proceso más profundo de razonamiento, aprendizaje y descubrimiento.</i></p> <p><i>La comunicación del coach limita el razonamiento y el aprendizaje del cliente sin su interacción, debate ni aprobación.</i></p> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|--|---|--|
| <p>8.Crear conciencia.</p> <p>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 pactados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ir más allá del objetivo inmediato. Explorar para descubrir, ampliar miras, aprender y crecer con el cliente. • Identificar y reconocer los puntos fuertes. Percibir las conexiones entre lo que se dice y lo que se hace. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> • La conciencia se genera al nivel de lo que permite resolver el problema o alcanzar el objetivo. • Generalmente limitada al conocimiento de nuevas técnicas más que de nuevos aprendizajes sobre uno mismo. <p><i>El coach no sigue el orden del día del cliente, cambia el orden del día sin contar con el cliente o está obcecado con un determinado resultado o solución.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach reduce significativamente la exploración de la conciencia a un problema único sin debatir la decisión con el cliente y sin su consentimiento.</i> • <i>El coach parece sustituir el cuestionar o investigar con fuerza por ejercicios o valoraciones de coaching estándar.</i> | <ul style="list-style-type: none"> • El coach ayuda al cliente a crear una nueva conciencia participando en la solución del problema. • La mayor parte de la conciencia está orientado a una nueva técnica; se limita la conciencia sobre la identidad del cliente. • Como resultado, el ámbito de la conciencia tiende a ser más definido. • Por lo general, el coach ayuda al cliente a integrar la nueva conciencia en el contexto de una situación concreta en lugar de enseñarle a ampliar el ámbito de la nueva conciencia. <p><i>El coach no sigue el orden del día del cliente, cambia el orden del día sin contar con el cliente o está obcecado con un determinado resultado o solución.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach no utiliza las herramientas de razonamiento del cliente como herramientas de coaching o no utiliza el lenguaje del cliente como herramienta de coaching.</i> • <i>El coach parece sustituir las evaluaciones o los ejercicios estándar del coaching y utiliza únicamente las herramientas de las que ya dispone el cliente para crear conciencia.</i> • <i>El coach plantea lo que es la conciencia sin explorar con el cliente cuál es su conciencia ni obtener información del cliente sobre si las observaciones del coach son correctas y sin darle una oportunidad de añadir sus propias observaciones.</i> | <ul style="list-style-type: none"> • La invitación del coach a la exploración precede a y es más importante que la invitación a la solución. • El coach explora con la misma intensidad que el cliente. • El coach no ha concluido lo que debe ser la conciencia (desea no saberlo). • Se estimula y favorece la grandeza del cliente. No se demuestra la voluntad de "resolver" un problema. • El coach permite que el cliente sea consciente de su presencia y hace que la voz del cliente prevalezca sobre la suya. • Se produce una hermosa sensación de observación conjunta que permite saber quién es el cliente y lo que quiere y crear un espacio compartido. • El coach no fuerza la conciencia. <p><i>El coach orienta al cliente hacia la solución sin profundizar totalmente en los problemas que pueden ser importantes para alcanzarla.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El coach no invita ni permite que el cliente utilice plenamente las herramientas de coaching, ni su intuición, razonamiento y aprendizaje.</i> • <i>El diálogo no crea un espacio suficiente para que el cliente participe plenamente en la creación de conciencia.</i> • <i>La comunicación del coach refleja una agenda u otro tipo de orientación del coach.</i> • <i>La comunicación del coach no demuestra un uso frecuente del lenguaje del cliente ni de sus estilos de aprendizaje, razonamiento y creación.</i> • <i>El coach no suele crear un espacio para que el cliente profundice con facilidad en un proceso más profundo de razonamiento, aprendizaje y descubrimiento.</i> • <i>La comunicación del coach limita el razonamiento y el aprendizaje del cliente sin su interacción, debate ni aprobación.</i> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|---|--|--|
| <p>9. Diseñar las acciones.</p> <p>Capacidad de crear oportunidades de aprendizaje continuo con el cliente durante el coaching y en el trabajo y la vida en general.</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajar con el cliente para diseñar acciones o actividades ("trabajo de campo") fuera de la sesión de coaching para continuar la exploración, mejorar la conciencia y el aprendizaje y avanzar hacia el objetivo marcado. El coach puede asignar inicialmente el trabajo de campo y cambiar progresivamente hacia el diseño conjunto con el cliente de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos y mejorar el estilo de aprendizaje. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach tiende a sugerir tareas y acciones que piensa que pueden resolver el problema para alcanzar el objetivo. Las acciones tienden a ser de naturaleza unidimensional. Capacidad de emprender nuevas acciones que conduzcan de la forma más eficaz a los resultados pactados del coaching. <p><i>El coach insiste en que el cliente realice las tareas encomendadas.</i></p> <p><i>Las tareas encomendadas no están claramente relacionadas con el orden del día del cliente.</i></p> <p><i>Las tareas no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i></p> <p><i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach participa con el cliente en cierta medida, pero no de forma plena, para desarrollar las acciones. Una vez más, las acciones están dirigidas a resolver la situación que el cliente ha presentado en lugar de analizar la situación para conseguir un aprendizaje más amplio que puede ser inherente a la situación. Por último, el coach de nivel PCC tiende a definir el avance en términos de acción física. <p><i>El diseño de acciones conlleva poca o ninguna creación conjunta.</i></p> <p><i>Las acciones no guardan una relación clara con el orden del día del cliente ni con su estilo de aprendizaje y creación.</i></p> <p><i>Las acciones no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i></p> <p><i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día o se imponen al cliente sin debate alguno.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach colabora plenamente con el cliente para diseñar las acciones o, alternativamente, deja que el cliente lidere el diseño de las mismas. El coach y el cliente diseñan acciones adaptadas a los objetivos del cliente, a su estilo de aprendizaje y a su ritmo. El coach permite acciones que fomentan el razonamiento, la creación y la acción. El coach impulsa al cliente a relacionar las acciones diseñadas con otros aspectos deseados por el cliente, ampliando así su ámbito de aprendizaje y crecimiento. El coach fomenta la experimentación informada para ayudar a los clientes a desarrollar acciones de mayor potencial y provecho. <p><i>El coach no fomenta la participación plena del cliente en el diseño de las actividades o domina el proceso.</i></p> <p><i>Las actividades diseñadas no reflejan un potencial claro de avance o aprendizaje para el cliente con relación a su orden del día, sus objetivos u otro aprendizaje que el cliente haya definido como necesario para su crecimiento.</i></p> <p><i>Las acciones diseñadas y/o debatidas implican sólo una actividad física y no prestan atención a las estructuras de razonamiento, aprendizaje, desempeño y creatividad del cliente.</i></p> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|--|---|---|--|
| <p>10. Planificar y definir los objetivos.</p> <p>Capacidad de desarrollar y mantener un plan eficaz de coaching con el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Colaborar con el cliente para desarrollar objetivos concretos, medibles, atractivos, realistas y con fecha límite. Conocer el plan del cliente, su estilo de aprendizaje, ritmo y compromiso con el objetivo. Identificar los éxitos importantes para el cliente. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach tiende a asumir los objetivos propuestos por el cliente a su nivel más básico. La planificación y la definición de objetivos tienden a ser de naturaleza unidimensional y, en ocasiones, el coach da más valor a su experiencia que a las necesidades del cliente. <i>El coach insiste en que el cliente siga un plan predefinido que le es familiar.</i> <i>El coach no consigue ayudar al cliente a desarrollar un plan de coaching eficaz.</i> <i>El plan o los objetivos no guardan una relación clara con el orden del día del cliente o con los resultados que éste busca.</i> <i>El plan o los objetivos no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i> <i>Las herramientas y estructuras sugeridas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach participa en cierta medida, pero no de forma plena, con el cliente para desarrollar objetivos y planes. Una vez más, las acciones están dirigidas a resolver la situación que el cliente ha presentado en lugar de analizar la situación para conseguir un aprendizaje más amplio que puede ser inherente a la situación. Por último, el coach de nivel PCC tiende a modificar los planes presentados por el cliente. <i>La colaboración en el proceso de creación de planes y objetivos es escasa o nula.</i> <i>El coach es la voz preponderante a la hora de sugerir planes y objetivos.</i> <i>El coach no consigue ayudar al cliente a desarrollar un plan de coaching eficaz.</i> <i>El plan o los objetivos no guardan una relación clara con el orden del día del cliente o con los resultados que éste busca ni con sus procesos de aprendizaje y creación.</i> <i>El plan o los objetivos no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i> <i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día.</i> <i>El coach sugiere herramientas o ejercicios de coaching estándar sin debatir con el cliente hasta qué punto pueden aportar valor.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach trabaja con el cliente para aclarar y desarrollar objetivos que no se limitan a presentar las preocupaciones del cliente. El coach permite que el cliente dirija el diseño de objetivos y la planificación o, alternativamente, colabora plenamente con el cliente para crear objetivos y planes. El coach y el cliente crean objetivos y planes adaptados a los objetivos del cliente, a su estilo de aprendizaje y a su ritmo. El coach permite planes que fomentan el razonamiento, la creación y la acción. El coach impulsa al cliente a relacionar los objetivos y planes con otros aspectos deseados por el cliente, ampliando así su ámbito de aprendizaje y crecimiento. <i>El coach no invita al cliente a participar plenamente en la planificación de estrategias y el diseño de objetivos o domina el proceso.</i> <i>Los planes y objetivos no reflejan un potencial claro de avance o aprendizaje para el cliente con relación a su orden del día, sus objetivos u otro aprendizaje que el cliente haya definido como necesario para su crecimiento.</i> <i>Los planes, objetivos y/o debates implican sólo una actividad física y no prestan atención a las estructuras de razonamiento, aprendizaje, desempeño y creatividad del cliente.</i> |

| COMPETENCIA | NIVEL ACC | NIVEL PCC | NIVEL MCC |
|---|---|---|---|
| <p>11. Gestionar el progreso y la responsabilidad.</p> <p>Capacidad de mantener la atención en lo que es importante para el cliente y de trasladar la responsabilidad de la acción al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mantenerse centrado en lo que es importante para el cliente y mantener su responsabilidad. <p><i>El candidato NO aprobará si:</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> El coach tiende a sugerir formas de responsabilidad que pueden parecer paternalistas. La responsabilidad tiende a ser unidimensional. <ul style="list-style-type: none"> <i>El coach insiste en que el cliente siga medidas y estructuras predefinidas que le son familiares.</i> <i>El coach no consigue ayudar al cliente a desarrollar un método efectivo para gestionar y medir sus progresos.</i> <i>Las medidas y los métodos de responsabilidad no guardan una relación clara con el orden del día del cliente ni con los resultados que éste busca.</i> <i>Las medidas y los métodos de responsabilidad no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i> <i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach colabora en cierta medida con el cliente para desarrollar métodos de responsabilidad. Los métodos suelen reflejar o utilizar las herramientas de formación del coach. <ul style="list-style-type: none"> <i>La colaboración para crear medidas de éxito y responsabilidad es escasa o nula.</i> <i>El coach es la voz más importante a la hora de definir estructuras de responsabilidad</i> <i>El coach no consigue ayudar al cliente a desarrollar una estructura eficaz de medidas y responsabilidad.</i> <i>Las medidas y estructuras no guardan una relación clara con el orden del día del cliente o con los resultados que éste busca ni con sus procesos de aprendizaje y creación.</i> <i>El plan o los objetivos no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i> <i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día.</i> <i>El coach sugiere herramientas o ejercicios de coaching estándar sin debatir con el cliente hasta qué punto pueden aportar valor.</i> | <ul style="list-style-type: none"> El coach deja que el cliente determine sus propios métodos de responsabilidad y le aporta su ayuda. El cliente ayuda a determinar o determina totalmente quién debe ser miembro de su equipo de responsabilidad y cómo se debe utilizar a cada persona, incluido el coach. El coach confía en la responsabilidad del cliente hacia sí mismo y le invita amablemente a debatir si no se produce el avance esperado. <ul style="list-style-type: none"> <i>El coach no incita la participación plena del cliente o no le anima a liderar la planificación de estrategias y métodos de responsabilidad o domina de alguna forma los mecanismos de responsabilidad que se crean.</i> <i>El coach es la voz más importante a la hora de definir estructuras de responsabilidad</i> <i>El coach no consigue ayudar al cliente a desarrollar una estructura eficaz de medidas y responsabilidad.</i> <i>Las medidas y estructuras no guardan una relación clara con el orden del día del cliente o con los resultados que éste busca ni con sus procesos de aprendizaje y creación.</i> <i>Los métodos y las estructuras no tienen un objetivo claro ni potencial para hacer avanzar al cliente.</i> <i>Las herramientas y estructuras recomendadas no guardan una relación clara con las necesidades del cliente o de su orden del día o con un aprendizaje más profundo designado por el cliente.</i> <i>El coach sugiere herramientas o ejercicios estándar de coaching sin debatir con el cliente hasta qué punto pueden aportar valor o no fomentan la creación de estructuras por parte del cliente en función de su estilo de razonamiento, aprendizaje, actuación y creación.</i> |

NOTAS