

FICHA COMPETENCIA N°1

APARTADO: A CIMIENTOS

COMPETENCIA: Demuestra práctica ética

1. Definición:

Entiende y aplica constantemente la ética de coaching y los estándares de coaching .

1. Demuestra integridad personal y honestidad en interacciones con clientes, patrocinadores y las partes interesadas relevantes.
2. Mantiene sensatez ante la identidad, el ambiente, las experiencias, los valores y las creencias de los clientes.
3. Utiliza lenguaje adecuado y respetuoso con clientes, patrocinadores y las partes interesadas relevantes.
4. Acata el Código de Ética de la ICF y respalda los Valores Claves.
5. Mantiene la confidencialidad con la información de cada cliente según los acuerdos con las partes interesadas y las leyes pertinentes.
6. Respalda las distinciones entre coaching, consultoría, psicoterapia y otras profesiones de apoyo.
7. Remite clientes a otros profesionales de apoyo, según corresponda.

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.

- La integridad personal y la honestidad se demuestran con respeto del coach hacia si mismo, respecto al cliente y respecto al sistema.
- Focaliza y profundiza en su identidad antes de comenzar su relación con el cliente, para ello, analiza y profundiza en sí mismo sobre sus herramientas y conocimiento, sobre su cultura y valores.
- El coach refuerza la relación con el cliente si:
 - Demuestra cuidado hacia el cliente.
 - Demuestra amabilidad.
 - Tiene empatía y sensibilidad.
 - Tiene en cuenta la identidad del cliente.
 - Tiene en cuenta los valores del cliente.
- El coach tiene en cuenta al sistema que rodea al cliente, para conocerlo y apoyarse en él.
- El coach demuestra integridad haciendo lo mejor por el cliente en todo momento. Se comunica con el cliente con frecuencia para indagar cómo va el coaching.
- Demuestra respeto a los patrones de igualdad personal y así mismo demuestra respeto a la igualdad que gobierna el sistema: el cliente siente que se le está tratando con igualdad.

- Coach y cliente experimentan la inclusión, de modo que tienen acceso a los recursos independientemente de color, raza, mentalidad, y más allá, de nacionalidad, comunidad...etc
- En relación entre ICF y el cliente y/o sponsors, el coach garantiza la confidencialidad y la protección de cualquier información.
- Vela por establecer y mantener un entorno seguro, cuidando de una relación segura de acompañamiento para el descubrimiento, el crecimiento y la transformación del cliente.
- Garantiza la protección de cualquier información obtenida en torno al proceso de coaching, a menos que se otorgue el consentimiento que permita compartir dicha información.
- Garantiza mantener los niveles más estrictos de confidencialidad en relación a toda la información del cliente y patrocinador, salvo que la Ley exija su divulgación.
- Vela por establecer en contrato un claro acuerdo sobre cómo se intercambiará la información de coaching entre el coach, cliente y patrocinador.
- Conoce y aplica las normas del código ético y actualiza su formación periódicamente.
- Conoce, diferencia y respeta los límites del coaching respecto de otras disciplinas.
- Analiza en cada sesión el avance del cliente y la idoneidad del proceso de coaching.
- Remite a sus clientes a otro profesional en caso de observar que debe ser tratado desde otra disciplina, o que sus competencias entran en conflicto con lo que el cliente escoge trabajar.

3. Desafíos para el cumplimiento de la competencia

- Entender bien qué es la ética y dónde se enmarca.
- Aplicar la ética con 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 marco de referencia para la profesión de Coaching.
- Mostrar una actitud curiosa por la cultura y el entorno del cliente para poder atender a ese ámbito, integrándose en ellas.
- Comunicarse utilizando un lenguaje adecuado y respetuoso con el cliente.
- Mostrar sensibilidad a la identidad, el entorno, las experiencias, los valores y las creencias del cliente.

- Incorporar los desafíos del coach consigo mismo, honestidad, integridad, profesionalidad y confidencialidad.

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.

A) Sobre mi (Coach)

- ¿Conozco en profundidad el Código ético? ¿Qué conozco de él?
- ¿Qué comportamientos de mi conducta habitual están en los comportamientos señalados en el Código Ético?
- ¿Cómo estoy cumpliendo los artículos del código ético?
- ¿Cómo está presente el Código Ético en todas mis Relaciones profesionales, ya sea como coach, supervisor, coach mentor o formador?
- ¿Hasta qué punto hago conscientes 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?
- ¿De qué manera mantengo en todo momento los principios de equidad e igualdad en todas mis relaciones?
- ¿Comunico claramente mis cualificaciones profesionales?
- ¿Cómo comunico qué se puede esperar de la relación de coaching?
- ¿Qué es ICF, hasta donde llega y que aporta?
- ¿Cómo respeto las contribuciones y esfuerzos de otros coaches?
- ¿Cómo identifico claramente aspectos míos que puedan interferir en la relación de coaching y adopto las medidas oportunas?
- ¿De qué forma garantizo la estricta confidencialidad sobre la información generada durante el proceso y la custodio y elimino debidamente?
- ¿Cómo estoy cumpliendo con ICF en relación a la utilización de la información de contacto de los miembros de ICF?
- ¿Cómo informo a mis clientes oportunamente de los límites que pueden existir (legales, peligro inminente para otros, etc.)?
- ¿Cómo mantengo un desarrollo constante de mis habilidades profesionales?
- ¿Cómo los valores de honestidad, integridad y profesionalidad están presentes en la sesión?
- ¿Cómo pongo mis valores al servicio del cliente?
- ¿Cómo adecuo mi lenguaje al del cliente y su sistema?

B) Sobre mi relación con el cliente

- ¿Le hago partícipe 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?
- ¿En qué circunstancias animo a que cambie de coach o de Recursos?
- ¿Cómo diferencio 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 y actúo en consecuencia?
- ¿Cómo me hago consciente y respeto la cultura del cliente?
- ¿Cómo conozco y tengo en cuenta el sistema del cliente?

B) Sobre el proceso

- ¿Reflexiono acerca del cumplimiento de todos los artículos del CE en nuestra relación de coaching?
- ¿Existe algún aspecto de este proceso en el que deba poner especial énfasis?
- ¿Cómo afronto cualquier conflicto de interés que se pueda presentar en la relación de coaching?
- ¿Cómo me aseguro al inicio de la relación, de que cliente y patrocinador entienden el acuerdo del proceso (naturaleza del coaching, confidencialidad, acuerdos financieros...)?
- ¿Cómo establezco un acuerdo claro de la relación de coaching?
- ¿De que manera me aseguro de que yo y mis colaboradores nos mantenemos estrictamente dentro de una relación profesional de coaching?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia

Indicadores en cada uno de los apartados de la competencia

La competencia 1 se refiere al ser del coach y se adquiere por la práctica profesional y por su desarrollo personal.

La competencia 1 se puede observar a través del desempeño del coach en la demostración de los valores fundamentales del Código Ético, de profesionalismo, colaboración, humanidad y equidad.

1. Demuestra integridad personal y honestidad en interacciones con clientes, patrocinadores y las partes interesadas relevantes.

- Trata de forma realista con el patrocinador y el cliente las expectativas sobre los resultados.
- Reconoce las contribuciones de los demás no asumiéndolas como suyas propias.
- 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 respetuosa durante todo el proceso de coaching.
- Elabora un acuerdo sobre la información que podrá compartir con el patrocinador sobre el proceso.
- Mantiene un compromiso de formación continua y a lo largo de la vida para su propio desarrollo.

2. Mantiene sensatez ante la identidad, el ambiente, las experiencias, los valores y las creencias de los clientes.

- Tiene en cuenta en todo momento los valores, creencias, ambiente y cultura del cliente.
- Es consciente de las diferencias de los sistemas, propio y del cliente, respetando su autenticidad.
- Trata y respeta a todos con la misma dignidad y honestidad.

3. Utiliza lenguaje adecuado y respetuoso con clientes, patrocinadores y las partes interesadas relevantes.

- Explica de manera clara y comprensible en qué, cómo y de qué manera va a contribuir como coach en el proceso con el cliente.
- Se expresa apropiadamente y acorde a la cultura del cliente.
- Crea una auténtica relación basada en la honestidad, transparencia y claridad.

4. Acata el Código de Ética de la ICF y respalda los Valores Claves.

- 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 Ético.
- Repasa con el cliente su comprensión de los puntos fundamentales que rigen el proceso de coaching en su primer encuentro.
- Muestra una mentalidad abierta y libre de juicio en sus interacciones y eleva su voz cuando observa comportamientos contrarios a los valores fundamentales en los que se basa el código ético de ICF.

5. Mantiene la confidencialidad con la información de cada cliente según los acuerdos con las partes interesadas y las leyes pertinentes.

- Guarda confidencialidad sobre el proceso, cliente y patrocinador.
- Usa toda la información relativa a sus clientes de manera confidencial y no la comparte con terceros.
- Destruye la información de manera apropiada, garantizando absoluta confidencialidad al cliente y a las partes.

6. Respalda las distinciones 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.
- Sostiene a lo largo del tiempo estas distinciones y las hace presentes cuando sean necesarias.

7. Remite clientes a otros profesionales de apoyo, según corresponda.

- Reconoce y sugiere a su cliente otro tipo de apoyo cuando la situación lo requiere.
- Cuando lo estime necesario, sugiere al cliente acudir a otro tipo de profesionales de apoyo.

6. Comportamientos observables

Comportamientos en cada uno de los apartados de la competencia

- 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 informa a los clientes sobre su profesionalidad, explicando su grado de capacitación, competencia y formación adquirida a lo largo de su vida.
- 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 cual es confidencial, y hace mención explícita a ésta en el acuerdo 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.
- El coach y el cliente acuerdan determinadas sesiones y su duración. El coach llega siempre puntual al encuentro manteniendo en todo momento una buena planificación de su agenda.
- El coach respeta el acuerdo de coaching en todo momento, atendiendo a las peticiones, ofertas, promesas, declaraciones, afirmaciones que el cliente comparte.

- En todo momento el coach manifiesta sensibilidad y equidad, teniendo en cuenta los valores y la diversidad del cliente.