

Visión del Coaching Profesional por la AIDCP™

La AIDCP ha definido una visión del coaching profesional para brindar parámetros y estándares de calidad que le permitan a los coaches afiliados una directriz en su práctica y a las escuelas y coaches formadores un marco de referencia para sus programas de formación:

1. **PREPARACIÓN Y PASIÓN.** El coach profesional no se conforma con su preparación básica sino que va más allá a través de su plan personal de preparación continuo. Este plan debe incluir compromisos renovables a un año en lo referente a capacitación, desarrollo y práctica, así como el estudio y la interiorización y práctica del código ético. Adicionalmente, el coach de la AIDCP vive su profesión con pasión y es a través de ella que apoya a sus clientes para superar obstáculos.
2. **LA RELACIÓN CON EL CLIENTE.** El coach tiene la habilidad y la sensibilidad para construir una relación de confianza y sinergia con el cliente sobre las bases del respeto y la igualdad a través de la cual procura infundir motivación y compromiso para que el cliente gane confianza en su propio proceso, vaya más allá de sus creencias limitantes y expanda sus posibilidades. Uno de los pilares del coaching profesional es la relación con el cliente y la capacidad del coach para mantenerla en términos de cordialidad y profesionalismo.
3. **ESTAR PRESENTE PARA PODER ESCUCHAR DE VERDAD.** El coach ha desarrollado la habilidad para silenciar su mente y eliminar sus propias preocupaciones en pos de estar 100% presente durante la sesión con el cliente y de esta forma poder captar el mensaje completo que este le transmite desde sus canales digital y analógico (palabras, calidad de la voz, respiración, movimientos y gestos). Durante este proceso el coach facilita la conexión con el cliente, cierra su propio intelecto y abre su propia intuición y creatividad.

4. **PREGUNTAS QUE ILUMINAN.** En coaching, el arte de indagar se refiere a preguntas abiertas que confrontan al cliente con su propia realidad y que le dan confianza sobre la sensibilidad del coach frente a su perspectiva. Estas preguntas buscan tres objetivos concretos para el cliente:
 - a. Cambiar la percepción que este tiene de su enfoque y con ello, su manera de sentir frente al problema. Llámese “problema” al motivo que llevó al cliente a contratar los servicios profesionales del coach.
 - b. Recuperar información perdida.
 - c. Sacar a la luz sus limitaciones y obstáculos así como descubrir sus recursos disponibles y su potencial para hacerlos trabajar a su favor.
5. **COMUNICACIÓN DIRECTA.** El coach profesional sabe comunicar de forma directa, positiva y en tiempo presente su compromiso, su objetivo frente a las sesiones con el cliente y su retroalimentación o feedback. De esta forma se garantiza la efectividad de la comunicación con el coach como líder del proceso para que el cliente pueda clarificar sus ideas, visualizar sus propios objetivos y sentirlos como realmente alcanzables.
6. **CRECIMIENTO PERSONAL Y APRENDIZAJE.** El coach profesional desarrolla la habilidad para que sus sesiones de coaching estén enmarcadas en un ambiente de crecimiento personal y aprendizaje a través de la comunicación efectiva con el cliente, su conexión empática y la presencia de principios y valores que el cliente descubre o se siente en la libertad de expresar ya que sabe que el coach no le impone los suyos.
7. **EL PLAN DE ACCIÓN.** El coach sabe como involucrar a su cliente en el trazado de su plan de acción y este consiste en dividir la consecución del objetivo deseado en partes o pasos manejables que se puedan medir, que sean flexibles de acuerdo a sus posibilidades y a los cuales se les pueda realizar seguimiento. El propósito del plan de acción es que el cliente pueda afrontar retos más allá de sus limitaciones autoimpuestas, que pueda aprender,

permitirle acceso a los recursos disponibles y que pueda alcanzar su objetivo con satisfacción.

8. **RECONOCIMIENTO.** El coach profesional sabe que el reconocimiento genera consolidación del proceso que se ha iniciado y que a su vez el reconocimiento impulsa a repetir, y lo que se repite se vuelve hábito. Esta es la manera de ayudarle al cliente para que no vuelva a sus viejos paradigmas o hábitos ya que el cambio es un proceso incómodo pero el reconocimiento le quita fuerza a la ley de mirar atrás mientras lo impulsa a continuar dentro del proceso de cambio. Algunas formas son el reconocimiento verbal de sus logros, reconocimiento de sus fortalezas, retroalimentación positiva, reconocimiento de sus capacidades y de su igualdad frente al coach como persona.

9. **Los NO del coach profesional.** El coach profesional no:

- a. Juzga ni critica.
- b. Imagina lo que el cliente quiere decir.
- c. Hace preguntas cerradas.
- d. Avanza sin clarificar el objetivo.
- e. Aconseja.
- f. Omite preguntar.
- g. Olvida hacer énfasis en lo importante.
- h. Evita u olvida los temas a los que el cliente está siendo esquivo y los retoma con él.
- i. Se preocupa por caerle bien al cliente o a los demás.
- j. Impone su criterio ni su agenda.
- k. Presiona resultados.

- l. Acepta las creencias limitantes del cliente ni se congracia con ellas.
- m. Manipula al cliente ni a la situación.
- n. Habla repetidamente ni dicta su conocimiento.
- o. Toma su palabra inmediatamente el cliente ha terminado de hablar; si no que permite un espacio de silencio para la reflexión.
- p. Interrumpe al cliente
- q. Cae en generalizaciones, eliminaciones o distorsiones del lenguaje.
- r. Omite generalizaciones, eliminaciones o distorsiones por parte del cliente.
- s. Atiende a las sesiones de coaching pensando en sus propios problemas y cosas pendientes por hacer.
- t. Permite que sus emociones se confundan y/o mezclen con las del cliente.
- u. Es ajeno a las necesidades del cliente ni a su manera de comunicar.
- v. Se empeña en un proceso o en un resultado particular autoimpuesto.
- w. Se intimida ante los conocimientos del cliente.
- x. Trabaja sin seguir el código ético de la AIDCP.