Mayo 2020

24

cuadernos de coaching

Nuevas insignias digitales de la ICF

Es una publicación de: ICF International Coach Federation
Spain Charter Chapter

Director Editorial:
Germán Antelo

Consejo Editorial:
Cris Moltó
Jesús Rodríguez
Montse Sans

Secretaría de Redacción:
Marta Gallego Sancha
redaccion@cuadernosdecoaching.com

Redacción, Marketing y Publicidad:
ICF España
marketing@coachfederation.es
Tel.: 91 702 06 06

Foto de Portada:
Adobe Photo Stock

Diseño:
Tavera Comunicación Gráfica

Es una Publicación de:

ICF International Coach Federation
Spain Charter Chapter

25 años caminando juntos

Germán Antelo
Director Editorial

Nos encontramos en un momento muy difícil y transcendental de la historia moderna, ya que el COVID-19, ha "detenido" el mundo y nos ha puesto sobre la mesa muchos retos a nivel individual y colectivo. Muchas cosas cambiarán de ahora en adelante, y nos tocará sacar lo mejor de nosotros mismos para curar heridas, reinventarnos y seguir creciendo.

En este contexto mundial, ICF cumple 25 años de trayectoria liderando el presente y futuro de nuestra profesión. El Global Leaders Forum 2020 de ICF que sigue congregando a representantes de más de 140 países y que por motivos obvios se está celebrando por primera vez en su historia "en línea" es una muestra contundente de ello, así como de nuestra capacidad de adaptación como comunidad global y del papel fundamental que desempeñamos indiscutiblemente como organización de referencia.

Una organización que ha demostrado estar al lado de sus afiliados desde el inicio de la pandemia, brindándoles apoyo, posponiendo el plazo para la renovación de las Membresías u ofreciendo un pago fraccionado para aliviar de alguna manera la delicada situación económica por la que puedan estar pasando.

2020 es un año de retos y es el que me ha llegado a mí como nuevo presidente de ICF España, sucediendo así a nuestra nueva past president, Cris Moltó, quien ha dejado un legado muy importante dentro de nuestra comunidad, a través de su trabajo incansable, esfuerzo, creatividad, y hacer las cosas con pasión y de manera excelente. También he tenido el honor de trabajar con el anterior presidente, Jesús Rodríguez. Estos años me han permitido aprender muchísimo de ellos, y les agradezco enormemente su labor y compromiso con nuestro Capítulo.

Quiero aprovechar la ocasión para destacar el enorme éxito de participación alcanzado por la 9ª edición de la Semana Internacional del Coaching, recién finalizada. ¡Más de 10.000 inscripciones! Un nuevo récord de asistencia que demuestra el gran poder de convocatoria que tiene nuestra asociación y el interés creciente y cada vez mayor de las personas por los estándares de ICF.

Ha llegado el momento. La sociedad necesita del Coaching Profesional de Calidad más que nunca. Honremos nuestros valores de Excelencia, Integridad, Colaboración y Respeto. Mostremos la valentía que nos caracteriza para superar juntos este gran desafío.

Un abrazo.

Sumario

- Nuevas insignias digitales de la International Coaching Federation **03**
- La Acción como elemento diferencial en el Coaching **06**
- Cómo tomar buenas decisiones en tiempos inciertos - El rol del coach **10**
- Si las decisiones siguen nuestras emociones, ¿quién está a cargo de nuestras emociones? .. **13**
- Profesionalización y compromiso con los valores fundamentales y las normas éticas de la ICF **16**
- Desempoderar al ego para empoderar al ser desde la mirada de la Esencialidad **20**

Nuevas INSIGNIAS DIGITALES de la International Coaching Federation

Redacción de Cuadernos de Coaching

Con las **nuevas insignias digitales** de la International Coaching Federation te resultará mucho más sencillo y rápido tanto **evidenciar** en tus perfiles sociales, correo electrónico y página web cómo **comunicar** a tus clientes que dispones de una **certificación profesional ACC, PCC o MCC en vigor**, cumples con los requisitos mínimos exigidos para poder ejercer la profesión según los estándares internacionales de referencia en coaching y demostrar tu compromiso con el Coaching Profesional de Calidad.

Estas insignias también permitirán a las **empresas, instituciones e organizaciones** tanto públicas como privadas **identificar** a los coaches competentes, **comprobar sus Credenciales profesionales de ICF y verificar su validez** fácilmente en línea y en tiempo real, **evitando** así cualquier tipo de malentendido, abuso, **uso ilegítimo** o intento de **engaño** antes de contratar a un coach que afirma poseer una certificación de ICF.

En definitiva, un recurso valioso y un potente aliado tanto para coaches como clientes y patrocinadores de procesos de coaching que da respuesta a las demandas de un mercado en el que demostrar y evidenciar, en primer lugar, la destreza en el acompañamiento de personas, el dominio de las competencias clave, una formación específica en coaching, una experiencia contrastada así como el respeto de un código ético, en segundo lugar, **identificar claramente a los profesionales capacitados**, preparados y, por último, comprobar de forma segura e instantánea su Certificación de ICF, se han revelado como fundamentales para garantizar el éxito de cualquier proceso de coaching.

Según el 4º Estudio Global sobre Coaching de ICF que se dará a conocer al público en septiembre de 2020, la gran mayoría de los encuestados afirman

> La profesionalidad de los coaches y la calidad de los procesos de coaching son de suma importancia para los clientes y patrocinadores. Ser capaz de identificar a un individuo que puede ofrecer ambas cosas es crucial.

¿Cómo activar mi insignia digital?

Si dispones de una certificación profesional en vigor de ICF, recupera el correo electrónico de notificación enviado a finales de abril por **Acclaim** (buzón de correo: **admin@youracclaim.com**). Acepta la insignia y crea una cuenta en la plataforma **www.youracclaim.com**. Explora las distintas opciones de configuración, y luego activa y publica tu insignia. Podrás mostrarla y compartirla en tus redes sociales y también copiar la URL personalizada de tu credencial digital para agregarla a tu firma de correo electrónico, blog y/o sitio web.

En caso de que no tengas constancia de haber recibido ninguna notificación informándote acerca de tu nueva insignia digital, revisa en primer lugar tu carpeta de spam y si no lo encuentras ahí, por favor, rellena este **FORMULARIO**.

que uno de los **principales obstáculos** para el desarrollo de la profesión de coaching son **las personas sin formación específica en coaching que se autodenominan coaches** y no están preparados para acompañar a clientes en procesos tanto individuales como de equipos de manera eficaz y ofreciendo las garantías mínimas y la profesionalidad necesarias para obtener resultados y hacerlo con éxito.

De ahí que las **insignias digitales** (o *digital badge*, en inglés) de la ICF proporcionen un **valor añadido** a los poseedores de credenciales profesionales y se revelen especialmente interesantes, prácticas y muy útiles para poner de relieve la consistencia de su *background* formativo, su contrastada preparación para ejercer como coaches y diferenciarse ante sus clientes actuales o potenciales como coaches de ICF.

Pero, ¿qué son exactamente las insignias digitales de ICF y cómo funcionan?

En las últimas semanas, es muy probable que hayas visto a muchos de tus colegas de profesión compartir con orgullo la insignia corresponde a su nivel de certificación en sus redes sociales, y sobre todo en LinkedIn, en su firma de correo electrónico o sitio web. Pues bien, ICF se complace en ofrecer este servicio a través de la plataforma **Acclaim de Credly**, una de las empresas pioneras y de referencia a nivel mundial en el ámbito de la emisión, administración, comprobación y difusión de insignias digitales basadas en los estándares *Open Badge* de IMS Global Learning Consortium y la tecnología *Blockchain*. Un partner de reconocido prestigio que también gestiona las insignias digitales de empresas como por ejemplo IBM, Microsoft, Oracle, Adobe, Pearson, Intel, Dell o PwC.

> Las insignias digitales ofrecen una prueba inmediata de la validez de la certificación profesional ACC, PCC o MCC del coach.

Las insignias digitales de la International Coaching Federation son archivos de imagen en formato PNG (con los logotipos correspondientes a los niveles de certificación ACC, PCC o MCC) y que contienen información en forma de **metadatos codificados y detallados sobre la credencial profesional, los logros y compromisos adquiridos** por la persona que la exhibe, y más concretamente:

- Nombre y apellido del titular de la certificación profesional.
- La organización emisora vinculada a la insignia (ICF).
- La fecha de obtención de esa credencial.
- Su descripción.
- **Su validez (3 años)**.
- **Su fecha de expiración**.
- Las horas mínimas de formación y experiencia exigidas para su consecución.
- Las **competencias adquiridas** y demostradas para su obtención.
- La adhesión y cumplimiento del Código Ético de ICF.
- El compromiso con los más altos estándares internacionales de calidad y la definición del coaching de la ICF.
- El **compromiso** del titular con su desarrollo y **formación continua**.

Esos metadatos están incrustados en la imagen de la propia insignia para su validación y toda la información empaquetada, asociada y registrada digitalmente, lo que significa que **los clientes del coach, patrocinadores de procesos de coaching o colegas de profesión pueden comprobar en tan solo un clic, en tiempo real la existencia, veracidad y vigencia de la certificación profe-**

sional de ICF del interesado. Cada insignia es privada (hasta que el coach certificado decida publicarla) y **encriptada** para que los registros visuales sean únicos y no se puedan manipular de forma fraudulenta.

Ventajas de las insignias digitales

Es obvio que **ICF goza de un gran prestigio internacional** y que a lo largo de sus 25 años de trayectoria se ha convertido en una referencia indiscutible, promoviendo los más altos y exigentes estándares tanto éticos como de calidad para la práctica del coaching. **Las certificaciones ACC, PCC y MCC suelen ser solicitadas por la inmensa mayoría de las organizaciones** que cada vez más son conscientes de la importancia de esas credenciales para garantizar el éxito de cualquier proceso de coaching e incluyen el requisito de estar certificado por ICF como **condición *sine qua non* para la contratación de coaches**. El posicionamiento, reputación y credibilidad de ICF hace que muchos individuos sin escrúpulos quieran asociar su nombre a los valores de la marca ICF, aprovecharse de ella y confundir o engañar de forma burda a clientes afirmando poseer una certificación profesional de la ICF cuando en realidad no es así y no se han esforzado ni molestado en muchos casos para conseguir ese logro.

A partir de hoy, las nuevas insignias digitales brindan a esos clientes un **mecanismo eficaz, seguro y sencillo** para contrastar y verificar la veracidad y vigencia de la certificación ICF del coach y **luchar contra el fraude, el engaño o las manipulaciones**. Las credenciales que nunca han sido adjudicadas o concedidas por ICF no se mostrarán en la plataforma Acclaim de Credly ni tampoco valdrían, y aquellas que han expirado y no han sido renovadas al cabo de 3 años desde la fecha de su emisión estarán claramente señaladas como "expiradas".

En otros términos, un sistema que permite vincular de una manera unívoca y exclusiva la insignia digital con su propietario, a saber, el coach profesional certificado ACC, PCC o MCC por ICF.

Las nuevas insignas digitales ya están siendo utilizadas como un mensaje o argumento eficaz para distinguir a los coaches profesionales certificados ACC, PCC o MCC por ICF, brindarles mayor visibilidad, reconocer sus logros, su formación, su experiencia y su dominio de las competencias clave necesarias para poder ejercer su profesión con garantía y como máximos exponentes del Coaching Profesional de Calidad.

Una iniciativa que sin duda contribuirá a establecer **un nuevo marco digital común para el reconocimiento, validación y verificación de credenciales profesionales** entre todas las partes implicadas: coaches, clientes y *sponsors* de procesos de coaching.

Si todavía no lo has hecho, ¡no esperes más y comparte ya mismo tu nueva insignia digital de ICF para ayudarnos a difundir el Coaching Profesional de Calidad!

Para más información:
Insignia Digital de ICF.

redaccion@cuadernosdecoaching.com

Principales ventajas de las nuevas insignias digitales de ICF

PARA LOS COACHES:

- Son personales e intransferibles.
- Son seguras y sencillas de usar.
- Brindan una **credibilidad instantánea**.
- Evidencian su formación, capacitación y experiencia en coaching.
- Son exportables, se pueden compartir en perfiles sociales, firma de correo electrónico, blog y sitios web y, además, insertarse en materiales impresos mediante código QR.
- Afirman el compromiso con los valores y principos de la ICF.
- Demuestran la adhesión al Código Ético de ICF.

PARA LOS CLIENTES Y PATROCINADORES DE PROCESOS DE COACHING:

- Son sinónimo de excelencia en coaching.
- **Evidencian la formación, capacitación y experiencia en coaching del coach**.
- Demuestran su compromiso con su desempeño y desarrollo profesionales.
- Proporcionan información veraz y actualizada sobre la Credencial del coach.
- Son una **fuente fiable e instantánea de información** sobre el nivel de certificación del coach.
- No se pueden manipular o falsificar
- **Indican el periodo de validez de la Credencial**.
- Dan fe del compromiso del coach con los valores y principos de la ICF.

¿Sabías qué? Según un estudio reciente sobre los perfiles de LinkedIn, aquellos profesionales que muestran insignias digitales se visitan seis veces más.

La ACCIÓN como elemento diferencial en el COACHING

Miriam Ortiz de Zárate, Coach MCC por ICF y Miembro de ICF España

Frecuentemente se utiliza la expresión "coaching es acción" para definir el coaching y también para remarcar la diferencia que existe entre esta disciplina y otras profesiones de ayuda o corrientes terapéuticas.

También se dice a menudo que "coaching es aprendizaje". Ambas ideas están muy relacionadas, porque, desde nuestra experiencia como coaches, el aprendizaje se consolida en la acción. En este artículo, me propongo profundizar en estas ideas.

¿Cuándo se produce realmente el aprendizaje?

Podemos identificar momentos de aprendizaje durante la sesión. Descubrimientos, *insight*, situaciones en las que el cliente toma conciencia de algo que antes no estaba viendo sobre sí mismo o sobre la situación.

Lo que ocurre es que éste es solo un primer momento, algo así como un primer escalón en el que el cliente

hace un aprendizaje intelectual que se produce sobre todo a nivel cognitivo. Claro que algunas veces *este momento* puede llegar a ser muy poderoso y ofrecer un cambio de perspectiva tan grande y de una manera tan súbita, que el cliente vive un verdadero impacto emocional, una profunda metanoia. A veces lo experimenta como si se le cayera una venda de los ojos que le permitiera ver la realidad con una mirada nueva. A partir de ese momento, no se puede volver atrás, ya no se puede dejar de mirar lo que se acaba de descubrir.

Sin embargo, estos momentos no son tan frecuentes. La mayoría de las veces, de hecho, nuestros clientes hacen pequeños descubrimientos que afloran de una manera tímida, casi sin querer. Y si no se tratan de la manera adecuada, tienden a diluirse y desaparecen con facilidad, esfumándose como el humo. Para evitar que esto ocurra, hay que hacer preguntas como: *¿qué estás viendo?*, *¿te estás dando cuenta de algo?*, en un intento de aprehender estas nuevas miradas que son todavía muy sutiles, que se cuelan por los intersticios de la consciencia y que, si el coach no está pendiente y atento, parece que se escapan con mucha facilidad.

El aprendizaje que se produce en la sesión, la mayor parte de las veces, es apenas un primer escalón. Para que dicho aprendizaje se consolide y se integre, tenemos que hacer algo más con ello, más allá del descubrimiento. Tenemos que pasar a la acción y entrenar suficientemente para

> Un plan de acción escalable y más fácil de ejecutar, con compromisos parciales, logra que el cliente incremente su *empowerment* al mismo tiempo que va consiguiendo sus objetivos.

> El desglose de unidades básicas permite definir un Plan de Acción escalable, que puede ir ganando en dificultad a medida que se va avanzando, y favorece la repetición, aspecto fundamental para que el aprendizaje se consolide.

generar un aprendizaje más profundo e integrado. Un aprendizaje que verdaderamente transforme.

En 1969 Martin Broadwell articuló su famoso modelo de los 4 estadios del aprendizaje, que luego desarrolló Noel Burch[1].

En este modelo, bastante conocido, encontramos un primer estadio en el que somos **incompetentes inconscientes**. Es un nivel en el que ni siquiera somos conscientes de nuestra incompetencia o no llegamos a entender el impacto que tiene el no disponer de un determinado conocimiento. Por ejemplo, un cliente puede no tener formación en finanzas y no ver el impacto que esto pueda tener en el desarrollo de su profesión. O en un espacio más personal, puede no saber poner límites y no tener conciencia de esta dificultad.

Este primer estadio lo encontramos muy frecuentemente en las primeras fases de un proceso de coaching. El cliente no es consciente de tener un área de mejora o bien tiene una conciencia todavía bastante difusa y piensa *"las cosas son así"*, *"no hay nada que se pueda hacer al respecto"*.

El segundo estadio ocurre cuando nos hacemos conscientes de nuestra incompetencia. Estamos en la **Incompetencia Consciente**. Este momento ocurre muchas veces en el mismo proceso de coaching, cuando el cliente hace un descubrimiento sobre sí mismo. Siguiendo con el ejemplo anterior, el cliente toma conciencia de su dificultad para poner límites, de cómo esto le está afectando en su vida, del impacto que tiene en su entorno, etc. En este momento, se requiere una declaración de compromiso. Una vez que se produce esta toma de conciencia, el cliente se compromete a adquirir este nuevo aprendizaje y solo entonces podemos pasar a la siguiente fase.

El tercer estadio es el de la **Competencia Consciente**. Se produce cuando el cliente va a su día a día y pone en marcha su plan de acción y empieza a hacer cosas de manera diferente y a observar el impacto que esas nuevas acciones está teniendo en su entorno. En este nivel el cliente trabaja para generar un nuevo hábito, un nuevo comportamiento. Al principio lo hace con torpeza, tiene que poner mucha atención para no volver a caer en lo de siempre. Empieza a ser competente, pero sólo si le pone mucha atención. Si la fase anterior ocurría en la sesión de coaching, esta fase ocurre fuera de la sesión. En un momento, por cierto, en el que el coach no está presente.

El cuarto estadio es el de la **Competencia Inconsciente**. Llega cuando interiorizamos el aprendizaje, cuando se integra y se automatiza y ya no es necesario poner tanta atención, porque está ya automatizado y se produce de manera natural, sin el esfuerzo que generaba en la etapa anterior.

Si tenemos en cuenta este modelo, entonces tenemos que mirar el aprendizaje **como un proceso**. Un proceso que arranca a veces antes de la sesión de coaching o en la propia sesión, pero que se consolida después, cuando el cliente pasa a la acción. Y es interesante remarcar que utilizamos palabras como consolidar, integrar o incorporar, porque ya no estamos hablando de un aprendizaje mental o intelectual, sino de un aprendizaje que necesariamente tiene que pasar por la práctica, por la experiencia. Aquí es donde entra la idea de la acción. Porque es únicamente en la acción, donde podemos completar el proceso.

Entender el aprendizaje como un proceso es muy importante para nosotros. Cuando no lo tenemos en cuenta, nos quedamos estancados en los primeros estadios creyendo que ya es suficiente. Algunas corrientes terapéuticas, de hecho, actúan únicamente en estos primeros estadios. Tener clara esta distinción requiere, sin embargo, comprender que en la sesión de coaching únicamente sentamos las bases, pero que es fuera donde se va a producir la mayor parte del trabajo. En un espacio en el que, como decíamos, no vamos a participar ni a estar presentes.

La sesión, entonces, no es más que un pequeño escenario previo. Por muy potente o emocionante o impactante que nos parezca, lo importante viene a continuación, cuando el cliente sale por la puerta, con la energía, la ilusión y las ganas de ponerse a la acción. Y entonces, actúa y hace algo diferente. Nosotros no vamos a participar de toda esa parte del proceso. Nuestra participación es bastante más humil-

de, ocurre en un lapso muy pequeño de tiempo, apenas una ventanita en la vida del cliente. Es él quien debe encontrar sus recursos, el que emprende un viaje, el que tiene el coraje de pasar a la acción.

¿Y qué significa pasar a la acción?

Básicamente, **hacer algo nuevo o de manera diferente**. Probar una estrategia nueva, una nueva manera de actuar, una nueva conversación, una nueva emocionalidad, algo que no está en su catálogo de respuestas habituales, sea lo que sea, algo nuevo. Como coaches, no hacemos un buen trabajo si no sabemos trabajar en el plan de acción. Y cuando nos ponemos a ello, solemos encontrarnos con algunas dificultades, de las que me gustaría resaltar las tres que considero más importantes:

La primera es la falta de espacio que le damos al plan de acción en la sesión. Parece obvio que tenemos que dedicarle espacio al plan de acción. Y sin embargo, muchos coaches terminan su sesión sin dedicarle el tiempo suficiente a esta fase. Puede haber diferentes motivos, pero yo creo que el principal es que es una fase que nos gusta menos. En general, admitámoslo, nos gusta mucho más la fase de aprendizaje. Preferimos hacer preguntas que movilizan al cliente, que le ayudan a generar ese *"momento ajá"* que andamos buscando. Creemos que una sesión es potente en la medida en que esta etapa es potente. SI el cliente se lleva un aprendizaje importante, ¡es más que suficiente!

La fase del Plan de Acción, sin embargo, requiere mucho trabajo, nos resulta más aburrida, tiene menos brillo. Y además, muchas veces creemos que el cliente ya se ha llevado suficiente aprendizaje con el descubrimiento que ha tenido.

Por eso me parece tan importante que aprendamos a mirar el aprendizaje como un proceso y a comprender que el *insight* de la sesión no es más que un primer paso. También es importante que desarrollemos un punto de vista más humilde, porque en realidad nuestra participación es muy pequeña, apenas una pequeña ventanita en la vida del cliente, como decía antes. Ahora es importante que le ayudemos a enfocarse en la acción, porque es ahí donde el aprendizaje va a terminar de integrarse. ¿Y entonces, cuánto espacio debemos darle a esta etapa?

En nuestros programas de formación, a nuestros alumnos, les planteamos dividir la sesión en tres grandes bloques y asignar un tiempo aproximadamente similar a cada bloque. Un tercio para la fase del acuerdo. Un tercio para la fase de aprendizaje y un tercio para el plan de acción y el cierre. En una sesión de una hora, por ejemplo, podríamos dedicarle hasta 20 minutos a esta fase para ayudar al cliente a definir un buen plan de acción, valorando todas las opciones, abriendo posibilidades, buscando apoyos y posibles obstáculos, etc.

La segunda es la dificultad para realizar una buena lluvia de ideas que abra posibilidades de acción. La lluvia de ideas es una competencia operativa muy importante y una técnica muy concreta que requiere entrenamiento. La lluvia de ideas es un espacio creativo cuya finalidad es abrir el campo a las infinitas posibilidades de acción que el cliente puede explorar. Es un espacio, de nuevo, para el no saber (por parte del coach) y permitir que el cliente explore y descubra. Y esto nos resulta difícil. A estas alturas de la sesión, es frecuente que el coach tenga formada una idea clara de las acciones que el cliente debería emprender. Y desde esta creencia, es difícil mantenerse en el vacío y en el no saber y preguntar para abrir el foco. Las preguntas que surgen, de hecho, nos llevan más bien al sitio contrario. En el mejor de los casos, conseguimos que nuestro cliente enuncie dos o tres acciones posibles y con esto nos damos por satisfechos.

Para provocar una lluvia de ideas y abrir campo, necesitamos que la pregunta no comprometa al cliente con la acción. Al menos, no de momento, ya que estamos en una fase previa. Por eso las preguntas se hacen en condicional y no en futuro. En lugar de decir: *"Qué vas a hacer"*, preguntamos: *"Qué tipo de acciones se podrían poner en práctica aquí"*, *"Qué se podría explorar"*, *"En qué contextos se podría empezar a practicar o explorar"…*

Otro aspecto a tener en cuenta a la hora de abrir campo, es tener en cuenta que podemos llevar a nuestro cliente a buscar oportunidades de práctica en cualquier dominio de su vida. No hace falta que sea solo en el entorno laboral o en la situación concreta en la que nos está contando su problema. De hecho, es muy interesante utilizar todo el universo del cliente porque las posibilidades de acción se multiplican. El mundo es un campo de prácticas, solemos decir. *¿Qué oportunidades tienes en tu día a día para practicar este asunto?*

Sin embargo, en esta fase de la sesión parece que, una vez que hemos obteni-

> El aprendizaje se consolida en la acción. Descubrimientos, *insight* y situaciones en las que el cliente toma conciencia de algo que antes no estaba viendo y que, a partir de ahí, vivirá como un verdadero impacto emocional y una profunda metanoia advirtiendo la realidad con una mirada nueva.

do el cambio de observador de nuestro cliente y su declaración de compromiso, es como si temiéramos que se disperse o que se pierda del foco.

La tercera es la dificultad trocear el plan de acción en unidades básicas de acción, que se puedan repetir con frecuencia diaria. Y esta es tal vez la dificultad mayor. Si un cliente quiere mejorar la relación con un determinado colaborador, ¿cuáles serían estas posibles unidades básicas? Por ejemplo: Establecer contacto visual. Saludarle por su nombre. Pedirle opinión sobre un determinado tema. Darle al menos un feedback positivo al día. Preguntarle por el fin de semana. Invitarle a un café para hablar de cualquier tema.

Desglosar el plan de acción en unidades básicas nos permite dos cosas: por una parte, podemos definir un Plan de Acción escalable, que puede ir ganando en dificultad a medida que se va avanzando. Y en segundo lugar, nos permite la repetición. Éste es un aspecto fundamental para que el aprendizaje se consolide. Sabemos de la importancia de la repetición para generar un nuevo hábito[2]. La repetición permite que la red neuronal realice nuevas conexiones y que éstas se consoliden y permanezcan estables. Diversos estudios han intentado establecer el tiempo que se necesita para consolidar un nuevo hábito[3]. En cualquier caso, es imprescindible que el Plan de Acción pueda practicarse y repetirse a diario durante el tiempo necesario hasta que se consolide. A veces tres semanas, a veces un año...

Sin embargo, hay ocasiones en las que el cliente identifica un plan de acción que llamamos *"reactivo"*. Por ejemplo: *"Quiero aprender a gestionar mejor mis emociones. La próxima vez que me enfade, en lugar de elevar la voz o decir algo inapropiado, voy a respirar y a contar hasta diez"*.

O bien: *"Quiero aprender a expresar y defender mis opiniones, la próxima vez que alguien me interrumpa en la reunión cuando yo esté hablando, le pediré que me deje completar lo que quiero decir"*.

En realidad, la próxima vez que se presente la situación, es muy probable que la reacción vuelva a ser la misma. Tenemos que ayudar a nuestro cliente a prepararse de alguna manera para cuando se presente esta situación. Tendrá que desarrollar nuevos recursos, entrenar. Es decir, tendremos que traducir este plan de acción reactivo en unidades de acción básicas que puedan entrenarse cada día. Y éste es el gran reto.

De manera que, a modo de resumen:

- **Le damos espacio** a esta etapa, porque es importante que el cliente se lleve ideas claras y concretas de cómo pasar a la acción. Esto va a facilitar enormemente el progreso y el aprendizaje.
- **Provocamos una buena lluvia de ideas** (generativa y creativa) para que el cliente sea capaz de desglosar su plan en unidades de acción muy básicas, que pueda repetir cada día.
- **Facilitamos que el cliente se comprometa con una o dos acciones básicas**, aunque se lleve muchas otras ideas de acciones que "podría hacer", pero no se ha comprometido a hacer de manera expresa. Con esto, se van a producir al menos tres consecuencias: por una parte, el cliente va a estar pendiente de su plan de acción de una manera mucho más activa, podrá poner más conciencia en las pequeñas acciones que va a practicar cada día y también en el impacto que va generando al actuar de manera diferente en su entorno.

En segundo lugar, es muy probable que, además de las acciones básicas con las que se compromete en la sesión, se anime a realizar otras que también han surgido en el plan de acción, aunque no se comprometió con ellas.

En tercer lugar, al hacer un plan de acción escalable y más fácil de ejecutar, con compromisos parciales, el cliente va incrementando su *empowerment* al mismo tiempo que va consiguiendo sus objetivos.

miriam@centrodelcoaching.es

Bibliografía:

(1) Burch, Noel (1970). **Four Stages For Learning Any New Skill**.

(2) Desrochers, Amemori, Graybiel es (2015) **Habit learning by naive macaques is marked by response sharpening of striatal neurons representing the cost and outcome of acquired action sequences**. Neuron 87, 853-868.

Graybiel, A. M. y Smith K. S. (2014). **Psicobiología de los hábitos**. Investigación y ciencia, número 455, 17-21.

Duhhig, C (2012). **El poder de los hábitos, porque hacemos lo que hacemos en la vida y en la empresa**, Barcelona: Ediciones Urano S. A.

(3) Entre 18 y 254 días según el equipo de Jane Wardle, del University College de Londres, 2010.

Cómo tomar buenas decisiones en tiempos inciertos

EL ROL DEL COACH

Ana Maestre, Coach ACC por ICF y Miembro de ICF España

La crisis sanitaria y económica que ha puesto en evidencia el COVID-19 nos ha movido a todos a enfrentar nuevas situaciones y lidiar con una realidad difícil de imaginar apenas unos meses atrás.

El mundo en el que vivimos cambia a una gran velocidad y las situaciones desconocidas, más allá de ser momentos puntuales que evitar y a los que aplicar medidas para que pasen rápido, conforman nuestra rutina más actual. Estamos viviendo un futuro a una mayor velocidad que ha llegado para quedarse, y si de algo estamos seguros, es que será un constante cambio.

Mas allá de buscar culpables y de preguntarnos por qué hemos llegado hasta aquí, lo que sí podemos es aprender de nuestra propia experiencia. Está claro que esta crisis nos está dejando buenas píldoras de aprendizaje para prepararnos para el futuro que viene y es fácil prever que marcará nuestra capacidad para relacionarnos con lo desconocido y ejercer nuestro liderazgo.

Ante contextos complejos e inciertos, estas 5 capacidades funcionan como brújula para avanzar ante la falta de estándares previos:

Seriedad

Dar importancia y consideración al asunto que estamos tratando. La seriedad, tal y como la menciono en este artículo, no está relacionada con la gravedad o la falta de humor, sino con reconocer la importancia del cambio, darle espacio y prestarle atención.

Darle un espacio de importancia nos permite tener los ojos bien abiertos para observar qué es lo que está cambiando la realidad actual y cuáles son las nuevas reglas del juego. Seriedad para ver la emergencia, lo que emerge ante nosotros.

Responsabilidad

La mejor forma de cuidar del conjunto sistema es tener la habilidad de responder por nosotros mismos y llevar a cabo las acciones necesarias para ello. Cuidar de nuestro propio bienestar y llevar a cabo las acciones propias del rol que representamos en la sociedad es la mayor demostración de responder con responsabilidad.

Este virus nos ha hecho más conscientes de la pertenencia a un colectivo, de formar parte de algo mayor que nosotros mismos y ser responsables de ello, a la vez que ese sistema se hace responsable de nosotros.

> El coaching permite canalizar la emotividad y conectar con lo nuevo que está emergiendo. Favorece una claridad con la que devolvernos la mirada, tomar conciencia y cuestionar lo que está ocurriendo.

> Cambiar la forma de preguntarnos nos moviliza hacia una nueva realidad y una consciencia más amplia donde hechas las preguntas adecuadas, resulta relativamente sencillo encontrar las respuestas.

Se pone de manifiesto la corresponsabilidad, es decir, de nuestras acciones dependen los que nos rodean, y nosotros dependemos a su vez de este conjunto.

Barómetro interno

La seriedad de la que hablábamos en el punto 1 es especialmente importante porque nos prepara para generar el espacio y conectar con nosotros mismos. Las decisiones complejas se toman desde nuestro centro, nuestro barómetro interno. La urgencia en estas situaciones es ir más despacio y dejar de responder con nuestro cerebro límbico, ese que sólo nos brinda 3 opciones –huida, bloqueo o ataque– para conectar con lo que es relevante para nosotros, qué posibilidades se cierran, cuáles se abren y cómo se relacionan con lo que nos importa.

Conectar con nosotros no significa que tengamos que hacerlo solos, ya que ese espacio interno nos aporta claridad sobre lo que sabemos y lo que desconocemos. Es el espacio en que el que nos damos cuenta de la interconexión de nuestras relaciones y de la ayuda que podemos necesitar.

Resiliencia

La resiliencia es la capacidad de reponerse ante la adversidad. No es una característica innata impresa en nuestros genes, sino que es algo que podemos desarrollar a lo largo de nuestra vida. ¿Cómo podemos traer la resiliencia en situaciones complejas?

Para poner en práctica la resiliencia es fundamental separar lo que podemos cambiar de lo que no está en nuestro campo de acción. La clave está en nuestra capacidad de poner foco en lo que SÍ podemos impactar y reconocer los espacios en los que podemos llevar a cabo un aporte positivo, una mirada de más valor.

Propósito

A menudo los tiempos de incertidumbre se ven como una amenaza a nuestro bienestar, y si bien suelen modificar nuestras definiciones de lo que nos da placer, la felicidad descansa donde el placer y el propósito se dan la mano.

El propósito, ese pulso interno sobre lo que podemos aportar, es todavía más evidente, si cabe, en momentos de incertidumbre, donde cambian las definiciones sobre los que nos hacía sentir bien y valorábamos, y nos movemos a crear nuevos significados que tienen que ver más con nosotros mismos y con la realidad presente.

En la práctica, llevar a cabo estos cinco puntos significa lidiar con que lo que está pasando, que ya NO es más de lo que estaba pasando antes. Significa lidiar con la urgencia de buscar respuestas y liderarnos a nosotros mismos cuando las reglas han cambiado.

En estos momentos donde se buscan respuestas es especialmente importante la práctica de coaching y el volver a las preguntas.

Seriedad, responsabilidad, barómetro interno, resiliencia y propósito: es decir, lidiar con la urgencia de buscar respuestas y liderarnos a nosotros mismos cuando las reglas han cambiado.

El coaching crea ese espacio de seguridad personal y confianza que permite canalizar la emotividad que nos despierta la nueva realidad y conectar con lo nuevo que está emergiendo. Permite una claridad para devolver la mirada a nosotros mismos, ser conscientes de nuestro barómetro y cuestionar lo que está ocurriendo.

No hay momento más apropiado para el coaching que un momento de incertidumbre, *ese momento* en el que el río está revuelto y el agua ha dejado de estar clara. Un proceso de coaching nos tiende la mano y nos devuelve el poder de tener una mirada más limpia, a través de preguntas nos trae claridad, y la claridad es poder.

No podemos arreglar nada con la misma forma de interpretar la realidad con la que hemos llegado hasta aquí, es tiempo de movernos a un lugar más amplio donde CREAR UNA NUEVA REALIDAD.

El papel del coaching tiene que ver con *mover* al cliente a un estado donde pueda conectar y manejar su poder personal, a tener una mirada más amplia desde lo que considera relevante para sí mismo.

El cambio viene de forma externa y nos empuja, pero la transformación viene desde el interior. Cambiar el *¿qué va a pasar ahora?* por preguntas que nos incluyan en la ecuación, que nos devuelvan nuestro campo de acción: *¿qué posibilidades se abren para mí en la actualidad?*, *¿qué ha dejado de ser relevante ahora?*, *¿qué aprendo de lo que estoy haciendo?*, *¿qué necesito para poder elegir?*, *¿a dónde me lleva la interpretación que estoy realizando?*

Es indispensable cambiar la forma de preguntarnos, son las preguntas las que nos movilizan hacia una realidad, una consciencia más amplia, no las respuestas. Una vez que se han hecho las preguntas adecuadas, responderlas es relativamente sencillo.

En la inseguridad del cambio vienen muchas preguntas a la mente, no es necesario responder a todas las dudas que nos vienen a *ella*, sino que es la ocasión adecuada para hacernos mejores preguntas, y el coaching es la disciplina idónea para ello.

Elon Musk –cofundador de Tesla y SpaceX, entre otras grandes compañías– comenta en su biografía que después de leer la *Guía del autoestopista galáctico*, de Douglas Adams, se dio cuenta del valor de hacer las preguntas adecuadas, habilidad que ha sido fundamental en su evolución: "Debemos aspirar a aumentar el alcance y la escala de la conciencia humana para entender mejor qué preguntas debemos formular".

Eso es coaching, el proceso que, a través de formular mejores preguntas, nos devuelve la claridad, una mayor conciencia de nuestra realidad y una mejora de las conversaciones que mantenemos con nosotros mismos.

Proceso imprescindible cuando la claridad no podemos obtenerla de las (ya) antiguas certezas.

transformacion@anamaestre.com

Si las decisiones siguen nuestras emociones, ¿QUIÉN ESTÁ A CARGO DE NUESTRAS EMOCIONES?

Christoffel Sneijders, Miembro de ICF España

Me pregunto cómo tomaste la decisión de leer este artículo

Dirías que seguiste más... **¿tu cabeza?** y por tanto tu curiosidad, porque tal vez podrías descubrir algo nuevo, **¿tus tripas?** porque tienes la sensación de que en estos días inciertos algo nuevo podría ayudarte en tu negocio o... **¿tu corazón?**, porque sentiste que leer artículos te hace estar más conectado con la comunidad.

Cuando les hago esta pregunta a mis clientes, la mayoría de ellos no son conscientes de cómo están tomando realmente decisiones. No es de extrañar. Piensa en tus propios clientes o en ti mismo, ¿cómo es la toma de decisiones para ti o para ellos?

Entonces, si nuestros coachees no son completamente conscientes de cómo están tomando decisiones, cuando tengan que tomar una decisión importante, ¿cómo la van a tomar de una forma equilibrada que beneficie al equipo o a su negocio?

Como coaches, estamos especializados en utilizar nuestras habilidades, las preguntas, para crear conciencia y provocar tanto reflexión como acción cuando trabajamos con nuestros clientes.

Si has leído alguna vez el libro "Pensar rápido, pensar despacio" del Premio Nobel Daniel Kahneman, conocerás su concepto del "sistema 1" y del "sistema 2" de pensamiento cuando tomamos decisiones. El "sistema 1" es un sistema automático, no controlado, sin esfuerzo, es asociativo, es rápido y funciona sin pensar (inconsciente) y el "sistema 2" es un sistema reflexivo, mucho más controlado; es esfuerzo, deductivo, lento, consciente de sí mismo y sigue la lógica.

Respondemos de diferente manera a la pregunta de "¿cuánto son 2 + 2?" que a la pregunta "¿cuánto es el resultado de 17 x 18 - 37?" Igualmente nuestra respuesta a un repentino comentario que percibimos desagradable por parte de un colega en una acalorada discusión no es la misma que nuestra respuesta a una pregunta cuando nos sentimos relajados en un ambiente amigable en el que nos permitimos pensar antes de responder.

> Está científicamente comprobado que tenemos tres cerebros: uno en nuestra cabeza, uno en nuestro corazón y otro en nuestro intestino.

Hay una jerarquía en las decisiones, y nuestro cerebro principal es el último en esta jerarquía. El cerebro que está en nuestros intestinos está a cargo de nuestra supervivencia y siempre puede anular a los otros dos.

Aunque este concepto es 100% efectivo, y podemos observar el sistema 1 y 2, no responde a la pregunta de *quién está a cargo de cada sistema*.

Cuando pensamos en la pregunta de *cómo tomaste la decisión de leer este artículo*, podemos descifrar si fue el sistema 1 o 2 el que tomó esta decisión, pero esto no responde a por qué el sistema 1 o 2 estaba actuando y te permitió decidir.

¿Por qué es tan importante saber esto?

Cuando nuestro objetivo es ayudar a nuestros coachees a ser conscientes de sus patrones de comportamiento para ayudarles a realizar los cambios que quieren hacer, su actitud, sus habilidades de liderazgo, saber qué es lo que provoca dicho cambio marca la diferencia entre ser un coach estándar y un coach increíble a quien referencian multitud de clientes satisfechos.

Como muestra una investigación reciente, en realidad, tenemos tres centros que gestionan nuestras necesidades emocionales: el cerebro que todos conocemos en nuestra cabeza, el famoso neocórtex, un cerebro en el corazón, con 100.000 células cerebrales y un cerebro en nuestro intestino con 500 millones de células cerebrales.

Los tres pueden almacenar recuerdos, aprender y tomar decisiones.

¡Aún más interesante! Hay una jerarquía en las decisiones, y nuestro cerebro principal es el último en esta jerarquía. El cerebro que está en nuestros intestinos está a cargo de nuestra supervivencia y siempre puede anular a los otros dos.

¿Qué significa esto para nosotros como coaches?

Aunque nuestro cliente puede tener una idea de cómo cambiar, si el cerebro del "corazón" o el cerebro "intestinal" no aceptan esta idea, no sucederá. Es decir, el cliente puede decir al final de la sesión que sí, "esta idea es increíble y la voy a implementar", mientras que en el mismo día o al día siguiente, el cliente vuelve a su comportamiento habitual.

Cabe señalar aquí que el estrés que se origina en nuestro cerebro (cabeza) como una señal de que no nos sentimos seguros con el futuro, activa el nervio simpático y crea una respuesta de lucha o huida. En esta lucha o huida, la respuesta se llama estrés. Mientras que la depresión (para la que hemos de derivar siempre a nuestros clientes hacia otros profesionales competentes) *lo sufre nuestro corazón*, supone un trastorno del estado del ánimo y su sintomatología manifiesta afecta de lleno al funcionamiento normal de la persona y su vida. Para lidiar con la profunda tristeza que trae consigo nuestro cerebro activa nuestro nervio vagal dorsal (ésta es una parte del nervio parasimpático) y pone nuestra mente y cuerpo en un estado de inmovilización, lo que significa menos energía y *aceptar* que nada cambiará.

Si ahora estás pensando... **¿estos tres cerebros son realmente ciertos?**

Sí, está científicamente comprobado que tenemos tres cerebros: uno en nuestra cabeza, uno en nuestro corazón y otro en nuestro intestino

Tenemos un "cerebro entérico", también conocido como "cerebro intestinal", que controla nuestras necesidades de supervivencia y, por lo tanto, actúa con miedo, enojo o inmovilización, he aquí las respuestas de lucha, huida o rendición y es el lugar de nuestro EGO.

Luego está el "cerebro cardíaco", que es su "cerebro corazón" y controla nuestro vínculo con otras personas y ahí es donde sentimos amor, compasión pero también odio.

Finalmente, está el "cerebro de la cabeza" con tres secciones en su interior, la nueva sección racional o córtex prefrontal, la sección media emocional y la sección reptiliana instintiva.

Entonces, cuando miramos algunos temas que pueden preocupar a nuestros coachees, nos damos cuenta como coaches de lo siguiente:

- La necesidad de control o la necesidad de estar en el poder -ambos pueden provocar estrés- se originan en nuestro cerebro "cerebral" como un mecanismo de supervivencia.

- Los temas como asumir mucha responsabilidad/no poder decir que no, no poder dejar ir un tema, y tener problemas con el rechazo real vs. imaginado por parte de colegas o su gerente, todos provienen de nuestro cerebro "cardíaco" que tiene la máxima prioridad en mantenerse conectado y pertenecer al grupo.

- Los temas como una amenaza real o imaginada, podrían ser más una discriminación de nuestra lógica a la que le faltan algunos parámetros.

¿Cómo podemos nosotros como coaches usar este concepto de la teoría de los 3 centros cerebrales?

Una respuesta es simplificar la próxima vez que trabajemos con un cliente y le preguntemos cómo piensa sobre algo o cómo se siente al respecto. Ten en cuenta que estas dos preguntas conducen a cerebros diferentes.

La pregunta "¿cómo piensas acerca de ...?" lleva 9 de cada 10 veces al cerebro lógico de la cabeza. Sólo cuando la respuesta de nuestro cliente contiene la palabra sentimiento, significa que van al corazón o al cerebro intestinal.

Cuando preguntamos: "¿cómo te sientes acerca de ...?", en realidad, estamos preguntando al cerebro del corazón o al cerebro del intestino acerca de sus ideas.

Y sólo cuando los tres centros cerebrales funcionan como uno solo es cuando son congruentes en su respuesta y están dispuestos a cumplir con la nueva estrategia, ideas o cambio que el coachee decida y de ese modo tener mayor probabilidad de que suceda.

Es decir, se necesita una conversación entre los tres cerebros para encontrar una solución final. Una discusión donde pueden expresar sus necesidades, sus objeciones y también la estrategia de cómo pueden superar los obstáculos que tienen de los aprendizajes pasados.

Todos los que hayan seguido un curso en PNL reconocerán este concepto como "terapia de partes". No es la única respuesta para la solución, pero para todas las creencias arraigadas -no extremadamente fuertes- en el corazón o el cerebro intestinal funcionará.

christoffel@pealacademy.com

Become a 3 Brains Certified Coach

Learn unique tools and skills for improving your clients decision making, stress and relationship management.

Alignment & decision making on **Head**, **Heart** & **Gut** level techniques (in English)

24th - 27th June (100% ONLINE)

09:30 -16:00 (CET) + 3 h group supervision
Price: 1.345 € - **ICF Spain Member price: 1.195 €**
Training approved by ICF: 28 CCEUs (RD:16, CC: 12)

CLICK HERE FOR MORE INFORMATION

Personal Excellence & Leadership Academy

PROFESIONALIZACIÓN y COMPROMISO con los valores fundamentales y las normas éticas de la ICF

Redacción de Cuadernos de Coaching

Son muchas las ocasiones en las que, de manera amplia y abierta, se ha expuesto la necesidad de contribuir, participar activamente y tomar conciencia acerca de nuestro particular cometido como *profesionales* en el ejercicio diario de nuestra práctica habitual porque *todo* suma, *todo* llega y *todo* es necesario en aras de la *profesionalización del coaching* y, más aún, de *nuestra profesionalidad como coaches*.

Hoy más que nunca, es **responsabilidad** de todos nosotros honrar los valores de la ICF, respetar nuestro Código Ético y dar muestras de buena fe a la hora de reflejar, compartir y hacer llegar información fidedigna a clientes, patrocinadores de procesos de coaching y/o en el público en general para que no haya lugar a cualquier tipo de interpretación engañosa o confusión.

Hoy más que nunca, es **responsabilidad** de todas las escuelas y centros formativos con programas acreditados y/o aprobados por ICF dignificar los valores de la ICF, respetar su Código de Conducta y mostrarse como el prominente fiel reflejo con el que exhibir, acompañar y transferir adecuadamente la más fidedigna información y terminología empleada en lo referente a ICF a los potenciales coaches del futuro.

Todos formamos parte de esta gran Comunidad. Y, justo por ello es que, *ninguno de nosotros* está exento de colocar su genuino granito de arena. Con(s)ciencia. Respeto. Integridad. Excelencia. Colaboración.

Recordemos que, como garantes de los más altos estándares de calidad, la mejor manera de poner en valor nuestra profesión y, de ese modo, velar por la imagen óptima de nuestra organización se exige de cada uno de nosotros el **compromiso de cumplir estrictamente con las condiciones de uso de la marca ICF** desde las siguientes vertientes: logotipos, nombre, terminología y semántica.

El derecho de uso de los términos "Coach de ICF" o similar **se circunscribe única y exclusivamente a las personas físicas afiliadas a ICF con membresías en vigor.**

Logotipo institucional de ICF

El derecho de uso del logo de ICF **se circunscribe única y exclusivamente a las personas físicas afiliadas a ICF, y durante el periodo de vigencia de su Membresía**.

Las escuelas o centros de formación en coaching **no están autorizados a usar el logotipo institucional de ICF**.

Logotipo institucional del Capítulo de ICF España

El uso del logotipo institucional de ICF España está reservado **exclusivamente** para la **Junta Directiva** y la **Secretaría** de nuestro Capítulo, y, por lo tanto, **no puede ser utilizado ni por ninguno de sus miembros** en sus perfiles sociales, firmas de correo electrónico, presentaciones, materiales de marketing, blogs y sitios web ni por ninguna escuela o centro de formación en coaching.

Tanto ICF Global como ICF España se reservan el derecho a verificar que sus miembros usan el nombre de ICF ("International Coach Federation" o "International Coaching Federation"), el acrónimo ICF y sus logotipos de acuerdo a los términos de las licencias de uso concedidas y a emprender las **acciones** oportunas en virtud de las disposiciones **legales sobre uso, propiedad y protección de marca**.

Logos de certificaciones profesionales ACC, PCC y MCC de ICF

La licencia y el derecho de uso de los logos ACC, PCC y MCC **se circunscribe única y exclusivamente a las personas físicas que hayan obtenido una de esas certificaciones profesionales**.

Las **nuevas insignias digitales** de ICF incluyen de **forma intrínseca** esa autorización y derecho de utilización por lo que encomendamos a todos los titulares de credenciales profesionales de ICF a que recurran a ellas. Además, las nuevas credenciales digitales sustituirán progresivamente y a corto plazo los archivos de imagen ACC, PCC y MCC que se han venido utilizando hasta el momento.

Las certificaciones ACC, PCC, MCC tienen una validez internacional. No son vitalicias. ***Tienen una vigencia de 3 años.***

Los interesados que no hayan renovado su credencial profesional al finalizar su periodo de validez de 3 años **pierden el derecho** a poder seguir usando y exhibiendo el logo correspondiente al nivel de certificación que obtuvieron en el pasado.

La renovación de esas certificaciones está sujeta al **cumplimiento de una serie de requisitos mínimos** por parte del coach, que garantizan su reciclaje y formación permanente y demuestran el compromiso adquirido con la excelencia a través de un desarrollo continuo personal, profesional y ético.

La certificación de nivel superior obtenida sustituye siempre a la anterior. Las certificaciones profesionales de la ICF no son acumulativas y un coach no puede exhibir más de una certificación de ICF a la vez.

Nombre, terminología y semántica

2020 será un año de transición para ICF, donde el nombre de "**International Coach Federation**" e "**International Coaching Federation**" se utilizarán indistintamente en los diferentes soportes y materiales de la marca.

El derecho de uso de los términos "Coach de ICF" o similar **se circunscribe única y exclusivamente a las personas físicas afiliadas a ICF con membresías en vigor**.

El derecho de uso de los términos "Miembro de ICF" o "Membresía ICF" **se circunscribe única y exclusivamente a las personas físicas afiliadas a ICF con membresías en vigor**.

En aras de clarificar la terminología y semántica adecuadas a utilizar y asentar unas referencias comunes para todos que eviten los frecuentes malentendidos entre muchos de los clientes o patrocinadores de procesos de coaching, así como **la proliferación de terminologías, expresiones o semánticas incorrectas y no autorizadas que despistan y generan confusión**, estimamos oportuno compartir y dejar constancia de algunas equivocaciones y usos incorrectos más habituales que no solamente faltan a la verdad sino que, además, quebrantan la confianza depositada de los clientes en nosotros como profesionales y suponen un palmario flaco favor en perjuicio de nuestra actividad. 01 / 02.

Muchos de esos errores o lapsus semánticos contravienen el espíritu y la letra de los artículos 20 y 21 del Código Ético de ICF sobre la necesidad de compartir, difundir o hacer **afirmaciones tanto escritas como verbales que sean precisas, verdaderas y fidedignas**.

01

CERTIFICACIONES PROFESIONALES DE ICF	
CORRECTO	**INDEBIDO/NO AUTORIZADO**
✔ Certificación ACC	✖ Acreditación ACC
✔ Certificación PCC	✖ Acreditación PCC
✔ Certificación MCC	✖ Acreditación MCC
✔ Coach Certificado ACC	✖ Coach Acreditado ACC
✔ Coach Certificado PCC	✖ Coach Acreditado PCC
✔ Coach Certificado MCC	✖ Coach Acreditado MCC
✔ Coach Certificado ACC por ICF	✖ Coach Acreditado ACC por ICF
✔ Coach Certificado PCC por ICF	✖ Coach Acreditado PCC por ICF
✔ Coach Certificado MCC por ICF	✖ Coach Acreditado MCC por ICF
✔ Coach ACC especializado en Coaching Ejecutivo	✖ Coach Ejecutivo ACC por ICF
FORMACIÓN EN COACHING	
CORRECTO	**INDEBIDO/NO AUTORIZADO**
✔ Coach formado en programa ACTP	✖ Coach ACTP
✔ Coach formado en programa ACSTH	✖ Coach ACSTH
✔ Coach formado en programa ACTP de/por ICF	✖ Coach ACTP ICF
✔ Coach formado en programa ACSTH de/por ICF	✖ Coach ACSTH ICF
✔ Coach formado en programa acreditado ACTP	✖ Coach certificado ACTP
✔ Coach formado en programa aprobado ACSTH	✖ Coach certificado ACSTH
✔ Coach formado en programa acreditado ACTP de/por ICF	✖ Coach certificado ACTP ICF
✔ Coach formado en programa aprobado ACSTH de/por ICF	✖ Coach certificado ACSTH ICF
✔ Programa acreditado ACTP	✖ Programa certificado ACTP
✔ Curso acreditado ACTP	✖ Curso certificado ACTP
✔ Programa aprobado ACSTH	✖ Programa certificado ACSTH
✔ Curso aprobado ACSTH	✖ Curso certificado ACSTH
✔ Programa aprobado ACSTH	✖ Programa acreditado ACSTH
✔ Curso aprobado ACSTH	✖ Curso acreditado ACSTH
✔ Programa aprobado CCE	✖ Programa certificado CCE
✔ Curso aprobado CCE	✖ Curso certificado CCE

©2020. ICF España. Todos los derechos reservados.

02

- **No existen ni escuelas ni centros de formación de ICF**.
- Existen escuelas o centros con programas de formación en coaching **acreditados ACTP** o **aprobados ACSTH/CCE** por ICF.
- **Ninguna escuela** de formación en coaching **otorga o concede** de forma directa una **certificación ACC, PCC o MCC** de ICF.

Las afirmaciones tanto escritas como verbales realizadas por el coach sobre su formación, experiencia, afiliación a ICF y nivel de certificación profesional han de ser siempre verdaderas y precisas, tal y como establece nuestro Código Ético.

Conciencia y conocimiento. Educación y aprendizaje. Capacitación. Cualificación. Estándares de calidad. Apoyo y soporte. Confianza. Credibilidad. Reconocimiento. Prestigio internacional. Garantía. Rigurosidad. Ética. Profesionalidad. Referencia. Son algunas de las **señas de identidad** por las que ICF España ha apostado con determinación y firmeza muy especialmente en los últimos años y tiempos venideros en pro de la profesión.

Estamos convencidos de que el respeto de las susodichas pautas o consideraciones prácticas recomendadas acerca del uso de la marca ICF contribuirá a crear entre todos **un marco verosímil, favorable, claro, entendible y riguroso**.

En la actualidad, de manera múltiple y variada, son **infinidad de peticiones, consultas, solicitudes de información** y asesoramiento directo diario el que (tanto a nivel interno como externo) se nos es demandado y, a su vez, recurrido para el hallazgo de respuestas precisas y muy específicas en relación al coaching, a los coaches profesionales certificados y su pertenencia, o no, a nuestra organización.

Día tras día, son numerosas las personas ajenas a nuestra organización, las empresas sensibilizadas en torno a la cultura de coaching, las pymes, grandes empresas, multinacionales, administraciones públicas o medios de comunicación (prensa escrita, medios digitales, periodistas *freelance*, programas de tv...) los que contactan con nosotros reclamando exactamente lo mismo que TÚ cuando eres quien (lo) reivindica: *Coaching Profesional de Calidad*.

Ésto significa que, nuestra atención y seguimiento personalizados, así como la más estricta confidencialidad para con cada caso concreto no solamente nos resultan primordiales, sino que a la par nos ayudan a marcar la diferencia y obtener *unos frutos más que saludables* como organización internacional de referencia, reconocimiento y prestigio del mercado global en el que nos hallamos.

Gracias a ésto es que, siendo proactivos, actuando como toca y, más todavía, haciendo todo lo posible por potenciar al máximo el modelo de nuestra misión, visión y valores como profesionales practicantes de manera íntegra y honesta, estamos convencidos de que espontáneamente nos supone -y supondrá- **la protección y garantía** más acertada y altamente robusta con la que salvaguardar y preservar positivamente nuestra profesión. Nos hallamos ante un momento crucial en el que no todo vale y, sin embargo, sí importa todo.

No te olvides, no lo olvides: ¡Juntos somos más fuertes!

Usamos los términos certificación o coach certificado ACC, PCC y MCC solo para referirnos a las credenciales profesionales de ICF.

redaccion@cuadernosdecoaching.com

Desempoderar al EGO para empoderar al SER desde la MIRADA de la ESENCIALIDAD

Cris Bolívar, Coach MCC por ICF y Miembro de ICF España

La gran paradoja del ser humano es que, para ser felices sostenemos una imagen de nosotros mismos que nos impide ser felices.

En este artículo situaremos al ego, al crítico interior y su función y conoceremos herramientas para trascenderlo de forma que podamos empoderar al yo consciente y conectar con el potencial y la sabiduría interior desde la mirada, filosofía y herramientas de la Esencialidad.

Y para situarnos, empezaremos con una pregunta clave:

¿Quién manda en nosotros?, ¿quién tiene el poder?

Podríamos decir que el ego, con su aliado el crítico interior, que es quien se ocupa de que se cumplan sus

reglas respecto a quien debemos o no debemos ser. Es la falsa identidad, la imagen que necesitamos sostener de nosotros mismos para no sentir la herida. Es donde reside el aparente control-poder. Es quien nos orienta y motiva a buscar fuera seguridad, reconocimiento o poder, convencido de que carecemos (herida) de alguno de ellos. Es quien nos provee de creencias y valores acordes con su mirada y juicio. Muchas veces visto como un saboteador, su función es protegernos de los fantasmas que paradójicamente alimenta en su miedo a que suframos, porque para lograrlo, sistema primario como es, nos desconecta de nuestra vulnerabilidad y nuestro ser esencial causándonos sufrimiento en el intento de evitar el dolor.

Sin embargo, la vulnerabilidad es un don, es nuestra naturaleza humana y animal. La sensibilidad es lo que nos permite ser desde el amor y la compasión, nos abre a la grandeza y a la belleza de la vida.

El camino de salida es por tanto desempoderar al ego.

> Empoderar al ser esencial, desempodera al ego. Ya no es el ego quien tiene el poder en nosotros, sino que se convierte en un aliado, transmuta en nuestro talento al servicio de nuestra verdadera identidad posibilita una vida plena y con sentido.

Pero, **¿cómo facilitar ese desempoderamiento?**

La función del coach no es engordar al ego sino facilitar trascenderlo, porque allí se encuentra el verdadero potencial.

En el marco de coaching y acorde al momento de proceso, nivel de consciencia y agenda del cliente, se trata de acompañar y facilitar el proceso en un sentido bidireccional, donde la bisagra es siempre el Amar y la Compasión y el foco se mantiene centrado en empoderar al Ser Esencial para que encuentre la reconexión con la sabiduría interior.

*"Como coaches, creemos que los clientes tienen sus propias respuestas y que el **papel del coach es crear un espacio** donde **pueda aflorar la sabiduría** del cliente."* Fuente: ICF

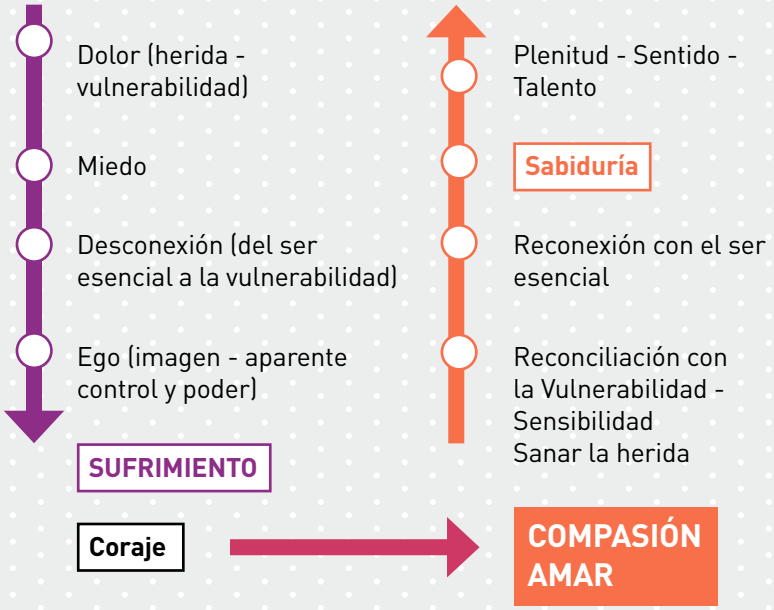
Por un lado, incrementar la conexión con el Ser Esencial:

- Reconocimiento de la sabiduría interior-potencial.
- Ampliación de espacios de reconexión con el ser esencial.
- Sanación de la herida.
- Abrazar la sombra.
- Conexión con el sentido.
- Generación del yo consciente.
- Regeneración de la Confianza Básica.
- Conexión con las Ideas Santas a nivel siguiendo la espiral del proceso de desarrollo.

Por otro, disminuir lo que bloquea al Ser Esencial:

- Reconocimiento de herida, miedos-fantasmas, ego (y ego-tipos), falacias, crítico interior. Ego-reducción.
- Desidentificación del ego.
- Facilitar la renuncia, la rendición. Aceptación de las propias limitaciones.

01 EL PRECIO DE LA DESCONEXIÓN CON EL SER ESENCIAL Y EL PODER DE CONECTAR CON LA VULNERABILIDAD - Cris Bolívar, 2009



Fuente: Essential Institute by Cris Bolivar. www.essentialinstitute.org

Es especialmente importante darle voz al crítico interior para que el coachee pueda tomar consciencia de sus mandatos. Recordemos que toma forma en dos versiones y que ambos tienen la función de mantenernos en el ego impidiendo el desarrollo del potencial. Estos dos sentidos son: **el crítico deflacionista**, que nos habla con dureza y nos hunde cuando nos desviamos para que sigamos las reglas del ego, **y el inflacionista**, que nos eleva y nos enaltece cuando las cumplimos para que sigamos obedeciendo sus reglas. Desde mi punto de vista, en coaching hay que tener especial cuidado con la voz

> Reconociendo los mensajes del crítico interior, lo que quiere y para qué, es más fácil que el cliente pueda tomar consciencia de la herida-vulnerabilidad a la que intenta proteger.

del crítico inflacionista porque muchas veces suele confundirse con el empoderamiento, sin embargo, se le puede reconocer por su exigencia, su retar, su falta de libertad para ser, el juicio, las comparaciones y valoraciones y la culpa o la vergüenza a la que conduce si no se siguen sus mandatos.

Al ir reconociendo los mensajes del crítico interior, lo que quiere y para qué, es más fácil que el cliente pueda tomar consciencia de la herida-vulnerabilidad a la que intenta proteger: de vida-autoconfianza, de muerte-autoafirmación, de amor-autoestima. Sanando la herida, se empodera al ser, se vuelve a conectar con las cualidades esenciales de un corazón abierto, una mente callada y una presencia arraigada, ganando en libertad para ser, es decir, en contacto con el potencial, especialmente con la polaridad o sombra, antes negada y reprimida por la estructura de ego que estaba en el poder.

Por otro lado, para acompañar este viaje es importante tratar el crítico con amor para facilitar su transformación en un aliado. Escuchar al crítico interior resulta muy duro, así que requiere primero proteger al niño interior, y luego podremos escucharlo y calmarlo con la pregunta clave: ¿cuál es tu preocupación?, ¿qué te preocupa?

También nos ayuda separarse de las reglas y hablar directamente con las energías primarias (estructura egóica). Por otro lado, cuando el crítico interior siente que hay un ego consciente presente también se relaja más y da permiso para que otras voces empiecen a tomar espacio (el potencial). Otro elemento que lo facilita es el *Hamor*, donde incorporar humor al amor para facilitar el darse cuenta de la percepción exagerada del crítico interno, ponerla en evidencia y reírse de ella. Reírse amablemente de uno mismo.

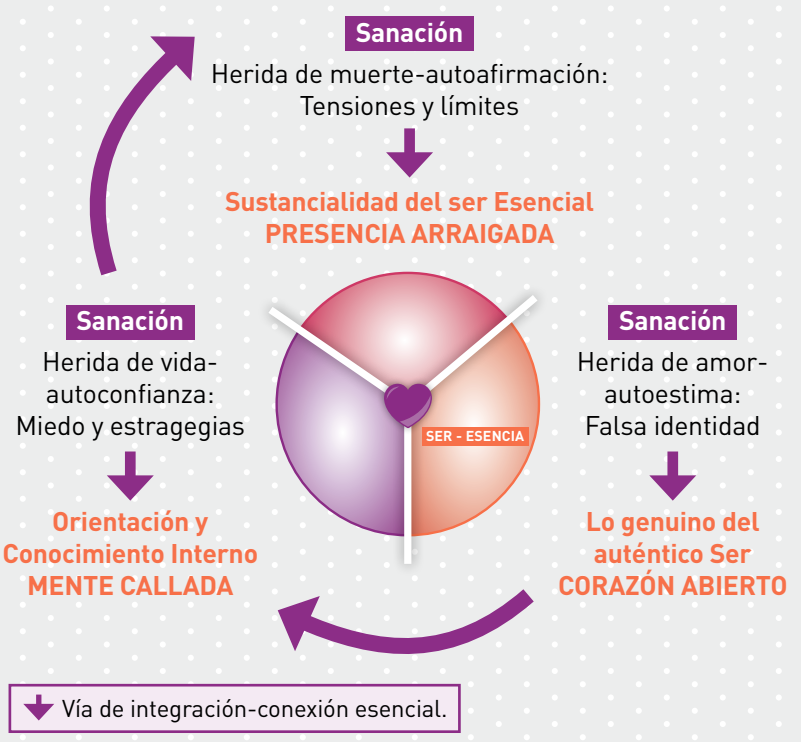
Humanizarse es Ser desde un espacio interior amoroso, compasivo y despierto donde accionar decisiones sabias a partir de la libertad para ser.

Por tanto, **el verdadero poder interior:**

- Implica autoconocimiento que, como señalaban en la antigua Grecia, solamente es posible si se acompaña del cuidado de sí, del amor-aceptación, del no juicio-no ego, pues de otro modo la persona no puede verse ni conocerse a sí misma, se mantiene en posición de estulto vs su sabiduría.
- Requiere tener acceso por igual a las energías-voces de poder tanto como a las que forman parte de la sensibilidad-vulnerabilidad.
- Proviene de transitar y sanar la herida (amor-autoestima, vida-autoconfianza, muerte-autoafirmación).
- Sucede cuando se da la integración de la sombra, lo que nos permite armonizarnos, la reconexión con la autenticidad-ser esencial y ser desde la sabiduría, el amor y la compasión.

La ley del 3 del eneagrama sufí o principio equilibrante–sabiduría, nos puede ayudar a tomar consciencia y servir de guía para integrar polaridad–sombra y avanzar hacia el polo

02 ARMONIZACIÓN DE LOS TRES CENTROS AL RECONECTAR CON NUESTRA SABIDURÍA INTERIOR - Cris Bolívar, 2009



Cris Bolíbar, Apartado de: "Comprendiendo el eneagrama". D. Riso, R. Hudson

evolutivo elevando consciencia y deshaciendo la dualidad donde solemos quedar atrapados, vs el involutivo que nos lleva a la zona de confort y a la insatisfacción de vivir bajo los mandatos del crítico interior. Ello consiste en facilitar que el coachee pueda acceder a una tercera posición en otro estado de consciencia que trascienda el continuo bipolar. A modo de ejemplo podemos pensar en el continuo éxito-fracaso y como situarse en términos de experiencia lo trasciende.

Para ello, conviene intervenir en el nivel de aprendizaje de tercer orden o epistemológico, que facilita un nivel alto de transformación y generación de consciencia, facilita la meta-visión y la sabiduría del coachee, sea personal, de equipo o de la organización.

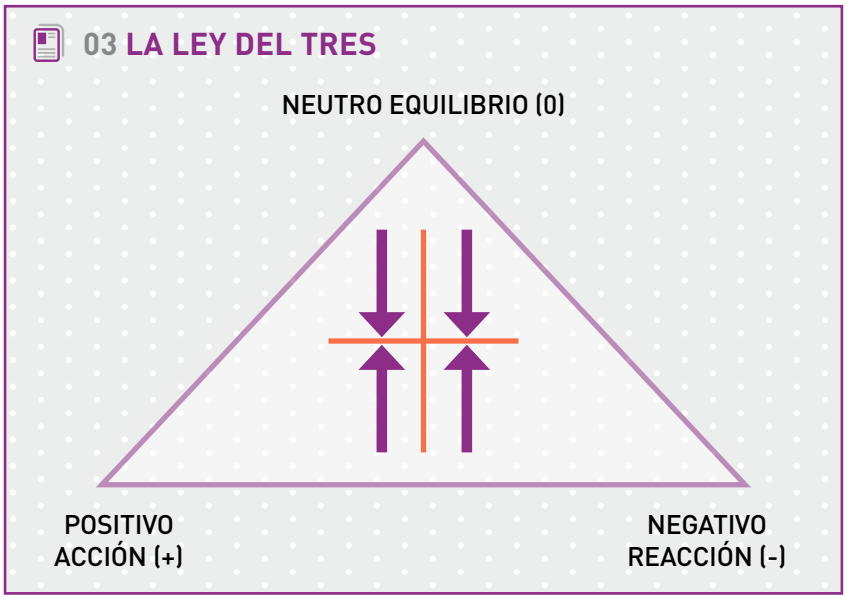
Todo ello facilita que vaya emergiendo un Yo Consciente que:

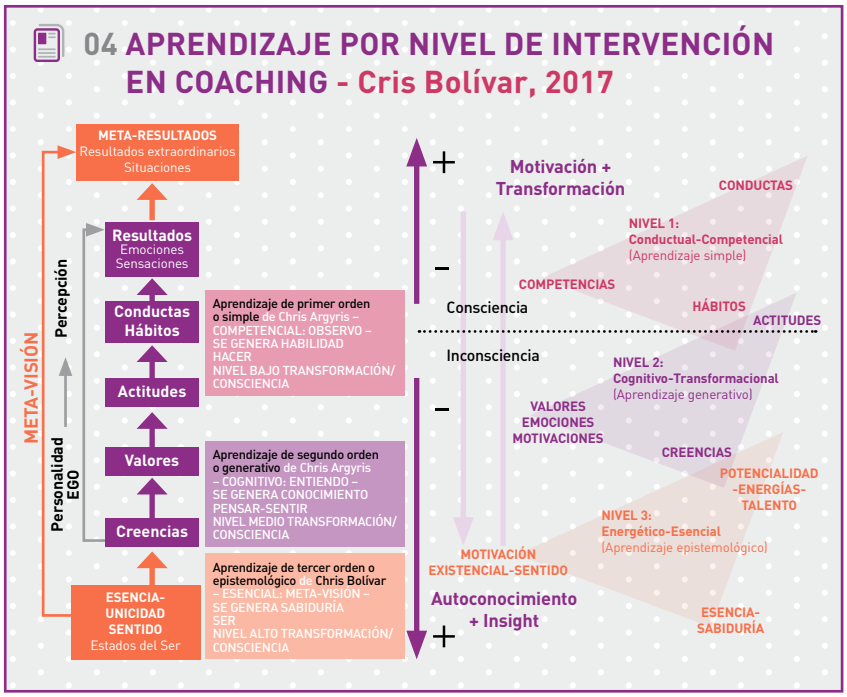
- Escucha, ve, pero no analiza ni enseña. No es un observador, es una energía sin calidad, sin cualidades. Es la meta-competencia esencial de la Nadiedad.
- Está en el centro de las energías o voces.
- Es quien hace las elecciones conscientes.
- Hay que trabajarlo constantemente para que el sistema primario o ego no vuelva a dominar. De ahí la importancia de gestionar bien el proceso (competencias 9 a 11, ICF).
- En la metáfora de la orquesta que somos, es el director de orquesta. **Es la sabiduría.**

De esta forma, al empoderar al ser esencial, desempoderamos al ego, que ya no es necesario que tome el control provisional que le tocó tomar en su día, cuando teníamos 2 o 3 años. Ya no es nuestro ego quien tiene el poder en nosotros, sino que se convierte en un aliado, transmuta en nuestro talento al servicio de nuestra verdadera identidad, desde la completitud y la libertad para ser que sí posibilita una vida plena y con sentido.

Que la sabiduría te acompañe.

crisbolivar@essentialinstitute.org





La vulnerabilidad es un don, es nuestra naturaleza humana y animal y la sensibilidad es lo que nos permite ser desde el amor y la compasión, nos abre a la grandeza y a la belleza de la vida.

Próximas conferencias programadas

Ciclo de Conferencias, Talleres y Webinars de ICF España

En **ICF España** fomentamos el encuentro y el aprendizaje continuo mediante talleres, webinars y conferencias periódicas, abiertas a toda la comunidad de coaches e interesados en el mundo del coaching, el liderazgo y el management.

Fecha/Horario	Título	Ponente	Modalidad/Lugar	ID Actividad
28/05/20 20:00-21:00	The Bottomline on ROI in Coaching.	Dr. Patti Phillips	**Webinar/Online**	20416
02/06/2020 20:00-21:30	Purpose Guiding for Coaches.	Jonathan Gustin	**Webinar/Online**	20504
11/06/2020 18:00-19:30	Acompañando en el compromiso y la responsabilidad como clave para la transformación educativa.	María Mira (ACC)	**Webinar/Online**	20508
30/06/2020 20:00-21:00	Get Known Everywhere, Using Publicity: For Coaches	Jill Lublin	**Webinar/Online**	20512

Si quieres asistir a algunas de estas actividades programadas para los próximos meses, por favor, visita nuestra web y completa los pasos necesarios para formalizar tu inscripción.

INSCRÍBETE AQUÍ

La oferta de contenidos es dinámica y puede verse ampliada y actualizada en cualquier momento. Te recomendamos que contrastes el calendario con frecuencia, ya que iremos publicando progresivamente nuevas propuestas y el acceso a los podcasts semanales que se van actualizando en el calendario del Ciclo de Conferencias, Talleres, Webinars y Podcasts de ICF España.

La asistencia a estas actividades ofrece a los asistentes créditos de Formación Continua en Coaching (CCE) aprobados por ICF y válidos para la renovación de las certificaciones del coach ICF.

Si deseas recibir más información sobre éstas y otras actividades de ICF España solicítalo por favor a través del correo: **conferencias@icfespana.com**

Si eres socio de ICF España, y deseas participar como ponente y presentar una actividad dentro del Ciclo de Conferencias de ICF España: consulta **AQUÍ** toda la información y bases de la convocatoria.

9ª EDICIÓN DE LA SEMANA INTERNACIONAL DEL COACHING DE ICF

Celebrada del 4 al 10 de mayo de 2020

Esta semana de divulgación, aprendizaje y desarrollo personal, que tiene como objetivo dar a conocer el **Coaching Profesional de Calidad**, su aportación de valor, posibilitando a su vez que los participantes adquieran y desarrollen nuevas habilidades y conocimientos culminó con un enorme éxito de participación en España, con **más de 10.000 inscripciones**.

Una edición que debido al COVID-19 ha sido más **especial** y **solidaria** que nunca y que ha brindado múltiples oportunidades para la reflexión, la toma de consciencia, el aprendizaje y la acción.

¡Muchas gracias a todos los asistentes, coaches certificados por ICF y centros de formación con programas acreditados ACTP y aprobados ACSTH por ICF por vuestra participación y compromiso!

ICF 25 YEARS

COACHING PROFESIONAL DE CALIDAD