

Definición de coaching según International Coach Federation

"El coaching profesional se fundamenta en una asociación con clientes en un proceso de acompañamiento reflexivo y creativo que les inspira a maximizar su potencial personal y profesional."

Un coach de la ICF se compromete a poner en práctica las **Competencias Clave de la ICF** y a respetar el

Código Ético

Se considera que existe una relación de coaching profesional cuando en el coaching se establece un

acuerdo

(incluidos los contratos) que define las responsabilidades de cada parte.

A fin de aclarar los roles en la relación de coaching, generalmente es necesario distinguir entre el cliente y el patrocinador. En la mayoría de los casos, el cliente y el patrocinador son la misma persona y, en este caso, son denominados como el cliente. Sin embargo, a efectos de identificación, la ICF define estos roles de la siguiente manera:

- **Cliente:** el «cliente/coachee» es toda persona que recibe coaching.
- **Patrocinador:** el «patrocinador» es la entidad (incluidos sus representantes) que paga y/u gestiona los servicios de coaching que se proporcionarán. En todos los casos, los contratos de servicio de coaching deberán establecer claramente los derechos, los roles y las responsabilidades tanto para el cliente como para el patrocinador, si estos son personas diferentes.
- **Estudiante:** el «estudiante» es aquella persona inscrita en un programa de formación para coaches o que trabaja con un supervisor o coach mentor, a fin de aprender el proceso de coaching o mejorar y desarrollar sus habilidades de coaching.

En cada sesión, el cliente elige el tema de conversación mientras el coach escucha y contribuye con observaciones y preguntas. Este método interactivo crea transparencia y motiva al cliente para actuar. El coaching acelera el avance de los objetivos del cliente, al proporcionar mayor enfoque y conciencia de sus posibilidades de elección. El coaching toma como punto de partida la situación actual del cliente y se centra en lo que éste esté dispuesto a hacer para llegar a donde le gustaría estar en el futuro, siendo conscientes de que todo resultado depende de las intenciones, elecciones y acciones del cliente, respaldadas por el esfuerzo del coach y la aplicación del método de coaching.

Filosofía de coaching según International Coach Federation

La Internacional Coach Federation (ICF) se adhiere a los principios de una forma de coaching que honra y respeta al cliente como el mayor experto en su vida personal y profesional y cree en cada cliente como un ser creativo, completo y lleno de recursos.

Basándose en este fundamento, las responsabilidades del coach son:

- Descubrir, aclarar y definir lo que el cliente quiere alcanzar
- Estimular el auto-descubrimiento del cliente
- Suscitar soluciones y estrategias generadas por el propio cliente
- Mantener en el cliente una actitud responsable y consecuente

A continuación presentamos algunos de los beneficios del coaching.

Beneficios para la persona

- Desarrollar nuestras capacidades y fortalezas.
- Ganar en eficiencia y disfrutar más las cosas.
- Tomar decisiones con conciencia, conocimiento, argumentos y valores.
- Confianza en nosotros mismos.
- Arriesgar por lo que queremos.

Beneficios para la organización

- Consolidar con rapidez y eficacia nuevas promociones o cambios de asignación.
- Potenciar la fidelización del talento interno.
- Integrar metodología que multiplica las capacidades de las personas.
- Innovar en procesos o modelos de gestión.
- Potenciar resultados de negocio.