

Las 12 competencias del Coaching Transcendental

Estas once competencias básicas de coaching, han sido desarrolladas para apoyar una mayor comprensión sobre las habilidades y los enfoques utilizados en la profesión de coaching según lo definido por ICF y al cual el CDHMP se adscribe. También le servirán de elemento de comparación y contraste entre lo que se espera de un profesional del coaching y alguien que simplemente dice que hace coaching sin haber desarrollado estas habilidades. Pueden destacarse 4 grupos:

A. Establecer las bases

1. Determinar guías éticas de actuación y estándares profesionales.
2. Establecer el acuerdo de coaching

B. Creación mutua de la relación

3. Establecer confianza e intimidad con el cliente
4. Presencia de coaching

C. Comunicar con eficacia

5. Escucha activa
6. Preguntas poderosas
7. Comunicación directa

D. Facilitar aprendizaje y resultados

8. Crear conciencia
9. Diseñar acciones
10. Planificación y establecimiento de la meta
11. Gestión del progreso y responsabilidad

E. El camino del coaching transcendental

12. Traspasar el velo del ego

1. *Determinar guías éticas de actuación y estándares profesionales:*

Es Entender la ética y estándares profesionales del coaching, así como las habilidades para aplicarlos en todas las situaciones.

- a. El Coach comprende y demuestra en su propio comportamiento los estándares de conducta adheridos al código deontológico.
- b. Comunica claramente la distinción entre coaching, consultoría, psicoterapia, mentoría y otras profesiones de apoyo que pudieran asemejarse al coaching.
- c. El Coach evalúa y dirige a su cliente si éste necesitara de otro profesional que le pueda servir de apoyo. Determina si el coaching es lo que el cliente necesita

Competencias claves a evaluar: Un postulante a Coach aprobará esta competencia si demuestra un conocimiento de una conversación de coaching que se focaliza en indagación y exploración y si la conversación se basa en temas presentes y futuros. Un postulante **no estará cumpliendo esta competencia** esta competencia si este se focaliza prioritariamente en decirle al cliente qué hacer o cómo hacerlo (de manera de consejo). Si un postulante a Coach casi exclusivamente aconseja o le indica al cliente que alguna de las respuestas dadas por el coach es lo que este debe hacer; la confianza, la intimidad, la presencia del coach, las preguntas poderosas, la posibilidad de caer en cuenta y las acciones generadas por el cliente tanto como la confiabilidad no estarán presentes y por tanto, los niveles exigidos para cumplir esta competencia, no serán válidos.

2. *Establecer el acuerdo de coaching*

Es la Habilidad de comprender lo que se requiere en una interacción específica de coaching y llegar a acuerdos con el futuro cliente sobre el proceso de coaching y la relación a establecer entre ambas partes.

- a. Comprende y explica con el cliente los parámetros específicos de la relación de coaching (por ejemplo: la logística, el horario, la tarifa de las sesiones, disponibilidad del coach, inclusión de otros si fuera necesario, confidencialidad, grabaciones si las hubiera, etc...)
- b. Llega a acuerdo sobre lo que es apropiado en la relación y sobre lo que no es apropiado, sobre lo que se está ofreciendo y lo que no se está ofreciendo y sobre las responsabilidades del cliente y del coach.
- c. El coach se asocia con su cliente mediante una alianza o acuerdo.
- d. Determina con su cliente una medición del éxito del proceso de coaching.
- e. El coach le pregunta al cliente sobre lo que éste quiere trabajar y el coach se mantiene en esa agenda durante todo el proceso de coaching.

Competencias claves a evaluar: El coach ayuda a determinar con su cliente de forma clara y concisa, cuál es la meta a trabajar dentro del proceso de coaching siguiendo el concepto SMART y se mantiene en esa agenda durante todo el proceso de coaching, a no ser que el cliente quiera cambiar su meta en el transcurso de la relación de coaching.

3. Establecer confianza y cercanía con el cliente

La Habilidad para crear un ambiente seguro y de apoyo que produzca permanente respeto y confianza mutuos.

- a. Demuestra preocupación genuina por el bienestar y futuro del cliente. Debe estar en sintonía con las percepciones del cliente, su estilo de aprendizaje y su ser.
- b. Demuestra continuamente integridad personal, honestidad y sinceridad.
- c. Establece acuerdos claros y mantiene sus promesas.
- d. Demuestra respeto por las percepciones del cliente, su estilo de aprendizaje y de su ser.
- e. Provee apoyo permanente y felicita nuevos comportamientos y acciones, incluyendo aquellas que involucran riesgo y miedo al fracaso.
- f. Pide permiso para hacer coaching al cliente en áreas delicadas o nuevas.

Competencias claves a evaluar: 1) La profundidad en la relación que establece el coach con el cliente; 2) la profundidad que el coach demuestra en la confianza en el cliente y sus procesos de pensamiento y creación; 3) La disposición del coach a ser totalmente auténtico y estar cómodo con el cliente.

El coach no estará cumpliendo con esta competencia muestra un interés significativo en la mirada del coach por encima de la del cliente, si el coach no busca información que el cliente le brinde acerca de la manera en que éste analiza la situación, o no busca información acerca de las metas del cliente en relación a la situación o la atención parece estar en el desempeño del coach o la demostración de su conocimiento sobre el tema tratado.

4. Presencia del coach

La habilidad de ser totalmente consciente y crear una relación espontánea con el cliente, empleando un estilo abierto, flexible y confiable. El coach debe seguir creciendo y buscando la mejor manera para ser apoyo de su cliente: esto de dotará de mayor presencia y servirá para ser mejor apoyo a su cliente.

- a. El coach confía en sus habilidades prestando apoyo firme y seguro a su cliente.
- b. Está presente y es flexible durante el proceso de coaching, bailando en el momento.
- c. Hace uso de su propia intuición y confía en el conocimiento interno de cada uno: “sigue la corazonada”.

- d. Está abierto a “no saber” y se arriesga preguntándolo.
- e. Observa variadas formas de trabajar con el cliente, y elige la más efectiva en el momento.
- f. Usa el humor de manera efectiva para crear liviandad y energía.
- g. Cambia confiadamente de dirección y perspectiva y experimenta con nuevas posibilidades.
- h. Demuestra confianza en trabajar con fuertes emociones y puede manejarse y no sentirse sobrepasado o atrapado por las emociones del cliente.

Competencias claves a evaluar: la profundidad en que el coach observa y utiliza el todo sobre el cliente en el proceso de coaching. El acompañamiento seguro y presente que hace el coach a su cliente. El estándar mínimo de manejo de habilidades es que el coach le brinde atención a la agenda del cliente, que busque información del cliente sobre su agenda, que esté alerta a esa información ya que se relaciona particularmente con acciones para lograr la agenda del cliente y estar atento a aquellas acciones que el cliente está tomando en relación a su agenda.

La cercanía y confianza y presencia son competencias íntimamente relacionadas.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si este coach demuestra un interés significativo en la mirada del coach sobre la situación por sobre la posibilidad de explorar la mirada del cliente, si no busca información por parte del cliente sobre los pensamientos que el cliente tenga sobre esta situación, o no está alerta a esta información o no busca información sobre las metas que el cliente tiene sobre esta situación o no está alerta a esta información o la atención parece estar focalizada en el desempeño del coach o la demostración de su conocimiento sobre el tema tratado.

5. **Escucha activa**

Es la habilidad de enfocarse por completo en lo que el cliente está diciendo y no está diciendo, para comprender el significado de lo que se dice en el contexto de los deseos del cliente, y apoyar la auto expresión del cliente.

- a. Pone atención al cliente y a su agenda, y no a la propia agenda para el cliente.
- b. Escucha las preocupaciones del cliente, sus metas, valores, necesidades no cubiertas y creencias acerca de lo que es y no es posible.
- c. Distingue entre las palabras, el tono de voz, y el lenguaje corporal. Está atento a las incongruencias.
- d. Resume, parafrasea, repite, hace de espejo a todo aquello que el cliente ha dicho para asegurar claridad y entendimiento. Pide permiso para ello.
- e. Motiva, acepta, explora y refuerza las expresiones del cliente en cuanto a emociones, percepciones, preocupaciones creencias, sugerencias, etc.
- f. Integra y trabaja sobre las ideas y sugerencias del cliente.
- g. Explora sobre la energía que tiene el cliente durante todo el proceso.
- h. Comprende la esencia de la comunicación del cliente y ayuda al cliente a que se maneje en este sentido por sobre desarrollar largas historias descriptivas.
- i. Permite que el cliente exteriorice o clarifique la situación sin juicios o apego para así seguir con los siguientes pasos.

Competencias claves a evaluar: 1) la profundidad del coach para escuchar lo que el cliente dice en relación a su agenda 2) la habilidad del coach para escuchar en distintos niveles incluyendo tanto el emocional como el contenido sustantivo de las palabras; 3) la habilidad del coach para escuchar las creencias subyacentes, el pensamiento, la creatividad y el aprendizaje que están ocurriendo en el cliente, incluyendo el poder reconocer las incongruencias en el lenguaje, las emociones y las acciones; 4) la habilidad del coach para escuchar el lenguaje del cliente y poder motivarlo a profundizar en el lenguaje descriptivo para sí mismos.

El coach escuche lo que dice el cliente en relación a su agenda, responde a esta en relación a la agenda del cliente, y la escucha está dirigida a ayudar al cliente a que logre trabajar su agenda.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach no demuestra una escucha que esté dirigida a lo que el cliente dice y no responde a las necesidades del cliente o si la respuesta del coach no está relacionada con lo que el cliente está tratando de lograr. Tampoco si el coach parece que está tratando de escuchar para buscar demostrar su conocimiento acerca del tema o para decirle al cliente que hacer en relación al tema.

6. Preguntas poderosas

Es la habilidad para hacer preguntas que revelen la información necesaria para un beneficio máximo en la relación de coaching y para el cliente.

- a. Haga preguntas que reflejen una escucha activa y un entendimiento de las perspectivas del cliente.
- b. Haga preguntas que evoquen descubrimiento, profundización, compromiso o acción (por ejemplo: aquellas que desafíen los supuestos del cliente)
- c. Haga preguntas abiertas que brinden una mayor claridad, posibilidad o nuevo aprendizaje
- d. Haga preguntas que movilicen al cliente hacia lo que él desea, no preguntas que le pidan al cliente que se justifique.
- e. La secuencia de preguntas seguirá una estructura mínima basada en el método GROW para llevar cierto orden en la sesión de coaching y que esto ayude tanto al cliente como al coach.
- f. Hace preguntas cortas y concisas. Una pregunta de cada vez.

Competencias claves a evaluar: 1) La profundidad del coach para hacer preguntas que evoquen los temas centrales que están contenidos o subyacen la agenda del cliente; 2) la habilidad del coach para explorar y llevar al cliente a que explore y evoque basado en el contenido emocional y sustantivo de sus palabras; 3) la habilidad del coach para explorar y llevar al cliente a que explore las creencias subyacentes y la manera de pensar, crear, y aprender que están ocurriendo en el cliente; 4) la profundidad con que las preguntas del coach le brinda un espacio de reflexión y provee nuevas perspectivas para el cliente.

Es que el coach utilice una metodología en la búsqueda de respuestas más que en el decirle al cliente que hacer. Esto incluye la exploración de qué temas existen para el

cliente en oposición a decirle al cliente cuáles son los temas o sugerirle soluciones. Las preguntas deben relacionarse con la agenda del cliente y deben buscar información acerca de esta agenda y estar orientadas a resolver los temas propuestos por el cliente.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach no desarrolla una metodología de preguntar y no decirle al cliente que hacer, si la mayoría de las preguntas ya contienen respuestas predeterminadas por el coach, o si las preguntas están relacionadas con una agenda o temas que no han sido propuestos por el cliente sino por el coach.

7. Comunicación directa

Es la habilidad de comunicarse efectivamente durante las sesiones de coaching y utilizar un lenguaje que tenga un gran impacto en el cliente.

- a. Es claro, articula claramente lo que dice, es directo al compartir y dar retroalimentación.
- b. Refrasea y articula para ayudar a que el cliente comprenda desde otra perspectiva lo que él o ella desea o sobre lo que está inseguro/a.
- c. Define claramente los objetivos del coaching, la agenda de las reuniones, el propósito de las técnicas o los ejercicios a usar.
- d. Utiliza el lenguaje apropiado y es respetuoso del cliente (por ejemplo: no es sexista, no es racista, no es técnico, y no utiliza expresiones idiomáticas de intolerancia, discriminación u odio)
- e. Utiliza metáforas y analogías para ayudar a ilustrar un punto o para describir una foto verbal.

Competencias claves a evaluar: 1) La tranquilidad, el ser directo y la profundidad con la que el coach comparte las perspectivas, pensamientos, intuiciones y retroalimentación; 2) si el coach demuestra tener cualquier nivel de apego a las perspectivas personales como coach; 3) el uso efectivo por parte del coach del lenguaje y modelos de aprendizaje del cliente; 4) la apertura con que el coach invita al cliente a compartir sus propias perspectivas, pensamientos, intuiciones y retroalimentación.

El coach debe ser directo durante la sesión y que la comunicación esté al servicio de la agenda del cliente. El coach no debe demostrar apego a ningún resultado en particular o soluciones o dirigir la comunicación hacia temas distantes de la agenda del cliente sin haberlo discutido o tener el permiso del cliente.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach no pone atención a la agenda del cliente, si cambia la agenda sin comentarlo con el cliente o parece muy apegado a alguna solución o resultado. Tampoco si la comunicación se lleva a cabo de manera circular, convulsionada o si el coach da rodeos.

8. Abrir espacios de conocimiento o darse cuenta

Es la habilidad para integrar y evaluar con precisión múltiples fuentes de información y ayuda con preguntas para que el cliente caiga en cuenta y de esta manera logre los resultados esperados.

- a. Va más allá de lo dicho al evaluar los comentarios del cliente, no se queda atrapado en la descripción que el cliente hace de los eventos. Explora lo que hay de fondo.
- b. Utiliza preguntas cortas y concisas para una mejor comprensión, claridad y conocimiento.
- c. Identifica junto con el cliente sus preocupaciones subyacentes, la manera típica y tradicional en que el cliente percibe el mundo y a sí mismo, las diferencias entre los hechos y las interpretaciones, la disparidad entre pensamientos, sentimientos y acciones.
- d. Ayuda a los clientes a que descubran por ellos mismos los nuevos pensamientos creencias, percepciones, emociones, estados de ánimo, etc., que fortalecen su habilidad para tomar acciones y lograr aquello que es importante para ellos.
- e. Explora perspectivas más amplias a los clientes e inspira al compromiso para cambiar puntos de vista y encontrar nuevas posibilidades de acción.
- f. Ayuda a los clientes a ver los diferentes factores interrelacionados que afectan tanto a ellos como a su comportamiento (por ejemplo: pensamientos, emociones, cuerpo y contexto)
- g. Expresa claridad a los clientes de manera que les sea útil y significativo solicitando permiso.
- h. Identifica las mayores fortalezas y los contrasta con los espacios de aprendizaje y crecimiento y aquello que es más importante de tratar durante el coaching.
- i. Le pregunta al cliente que distinga entre temas triviales y significativos, comportamiento situacional o recurrente, cuando detecta una separación entre lo que se dice y lo que se hace.

Competencias claves a evaluar: 1) La habilidad del coach de asociarse completamente con el cliente en la exploración de nuevas y más amplias perspectivas, aprendizajes, creaciones y acciones; 2) la habilidad del coach para compartir perspectivas en relación a maneras de pensar, perspectivas o intuiciones sin apearse e invitar al cliente a que las comparta con él; 3) la invitación del coach a aceptar la intuición, el pensamiento y el lenguaje como herramientas críticas en el proceso de coaching; 4) la habilidad del coach para mostrar claramente las maneras de pensar a las que el cliente está apegado, las que podrían inhibir el crecimiento o logro de las metas del cliente sin presentar estas observaciones como verdades absolutas sino solamente como los pensamientos del coach; 5) la habilidad del coach para utilizar el lenguaje del cliente como una herramienta para abrir espacios de conocimiento o de darse cuenta; 6) la habilidad del coach para integrar el principio, el desarrollo y el cierre de la sesión de coaching para el proceso de creación y aprendizaje del cliente, si fuera apropiado.

El coach debe focalizarse en preguntar y observar aquello que se relacione con la agenda del cliente, cuyo foco debe estar mucho más en el preguntar sobre el ofrecimiento de opiniones del cliente que del coach. El coach ayuda al cliente a que éste

explore su agenda de manera más profunda, sin particular apego de parte del coach en algún resultado o dirección esperado. El coach utiliza herramientas de coaching para motivar la exploración y no limitarla.

Un coach **no estará cumpliendo con esta competencia** si el coach no pone atención a la agenda del cliente, si cambia la agenda sin comentarlo con el cliente o parece muy apegado a alguna solución o resultado. El coach tampoco cumplirá esta competencia si el coach cierra las posibilidades de exploración solamente a un tema, sin discutir esto con el cliente o sin tener su consentimiento. La evaluación también tendrá un impacto negativo si el coach parece reemplazar evaluaciones o ejercicios estándares de coaching en vez de hacer uso de preguntas poderosas.

9. Diseño de acciones

Es la habilidad para crear con el cliente las oportunidades de aprendizaje continuo, durante el coaching en situaciones en el trabajo o de la vida diaria y al tomar nuevas acciones las que llevarán de la manera más efectiva posible a los resultados acordados para el coaching.

- a. Trabaja las ideas y ayuda al cliente a definir acciones que le permitan demostrar, practicar y profundizar nuevos aprendizajes.
- b. Ayuda al cliente a que se focalice y explore de manera sistemática las preocupaciones específicas y oportunidades que son centrales para las metas acordadas en el coaching
- c. Involucra al cliente en la exploración de ideas y soluciones alternativas, en la evaluación de opciones y en la toma de decisiones relacionadas
- d. Promueve la experimentación activa y el auto descubrimiento en donde el cliente aplica lo que se ha discutido y aprendido durante las sesiones en su trabajo o contexto de vida particular inmediatamente después de las sesiones.
- e. Celebra los éxitos del cliente y sus capacidades para el crecimiento futuro.
- f. Desafía los supuestos del cliente y sus perspectivas para provocar nuevas ideas y buscar nuevas posibilidades para la acción.
- g. Propone y presenta puntos de vista que están alineados con las metas del cliente y sin apego se las presenta al cliente para que éste las evalúe.
- h. Ayuda al cliente a aplicar la política de “Hazlo Ahora” durante la sesión de coaching, brindándole apoyo inmediato
- i. Motiva la expansión y los desafíos pero también un ritmo cómodo de aprendizaje.

Competencias claves a evaluar: 1) la habilidad del coach para asociarse completamente con el cliente al diseñar acciones que se relacionen y lo lleven al logro de la agenda declarada por el cliente; 2) que las acciones son de tal profundidad y apertura que involucran el pensamiento, los sentimientos y el aprendizaje; 3) que las acciones diseñadas integran el ser total del cliente cuando esto sea apropiado; 4) que las acciones diseñadas son apropiadas para lo que ocurre en las sesiones, en donde el

cliente se encuentra en su agenda y para los resultados esperados; 5) que las acciones diseñadas se ajustan a la forma de pensar del cliente, su manera de aprender, de integrar y de crear.

El coach puede sugerir tareas y acciones que estén relacionadas a la agenda declarada por el cliente e invita a su cliente a medir los logros de esa agenda y que las tareas asignadas tengan un propósito claro y funcional para llevar al cliente hacia el futuro en cuanto a sus pensamientos, aprendizaje o acciones relacionada con su agenda. El coach puede sugerir también el uso de herramientas o estructuras para ayudar al cliente siempre y cuando estas herramientas no sean impuestas y siempre y cuando estas herramientas o estructuras tengan una relación clara para la obtención de las metas declaradas en la agenda del cliente.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach insiste que el cliente haga lo que el coach ha prescrito como tareas, si el trabajo sugerido no tiene una relación directa con la agenda declarada por el cliente, las tareas no tienen un propósito claro y no potencian el crecimiento del cliente, o si las herramientas o estructuras sugeridas claramente no tienen alguna relación con las necesidades del cliente y su agenda.

10. Planifica y establece las metas

Es la habilidad para desarrollar y mantener un plan de coaching efectivo con el cliente.

- a. Consolida la información obtenida y establece un plan de coaching y desarrolla metas junto al cliente que se dirijan a sus preocupaciones y las áreas más relevantes para su aprendizaje y desarrollo
- b. Invita a crear un plan con resultados que sean posibles de alcanzar, que sean medibles, que sean específicos y que tengan fecha de término.
- c. Hace ajustes en el plan como se garantiza en el proceso de coaching y según los cambios en la situación.
- d. Ayuda al cliente a identificar y acceder a distintos recursos para aprender (por ejemplo: libros, vídeos, otros profesionales). Ayuda a identificar los propios recursos del cliente.
- e. Identifica y releva los éxitos tempranos que son importantes para el cliente.

Competencias claves a evaluar: 1) La habilidad del coach para asociarse y explorar completamente junto al cliente para así crear metas y planes que vayan con el aprendizaje del cliente, su estilo creativo, la agenda declarada y los resultados esperados; 2) que el plan y metas diseñadas abarquen un amplio rango y profundicen lo suficiente como para incluir el pensamiento, los sentimientos, el aprendizaje y creatividad; 3) que el plan y las metas diseñadas integren a cliente como un ser completo cuando esto sea apropiado; 4) que el plan y metas diseñadas sean apropiadas a lo que ocurrió en la sesión, y al lugar en donde el cliente se encuentra en relación a su agenda y los resultados esperados; 5) que los planes y metas diseñadas sean apropiados para la manera de pensar del cliente, la manera de aprender, integrar y crear; 6) que

cuando sea apropiado, el coach ayude al cliente a diseñar logros medibles que sean pasos a seguir para así lograr los resultados esperados por el cliente.

El coach debe adoptar las metas sugeridas por el cliente y/o ayudar al cliente a fijar metas que sean claras en la superficie y estén causalmente relacionadas con la obtención general de las metas y objetivos en la agenda del cliente. Los planes y mediciones de logros deben tener un propósito claro y funcional para llevar al cliente hacia el futuro en relación a su pensamiento, aprendizaje, o acciones relacionadas con su agenda declarada y relacionadas con el logro medible de éxito.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach insiste en que el cliente siga un plan prescrito que le es familiar al coach, si el coach no es capaz de apoyar al cliente en el desarrollo de un plan efectivo de coaching, si el plan o metas no tienen una clara relación con la agenda declarada por el cliente y resultado esperado, si el plan o metas no tienen un propósito claro y no ofrecen una posibilidad para llevar al cliente a otro lugar o si las herramientas o estructuras sugeridas no tienen una relación clara a las necesidades del cliente o su agenda.

11. La gestión de progreso y la responsabilidad personal

Es la habilidad para mantener la atención en lo que es importante para el cliente, y dejar la responsabilidad en el cliente para actuar. También es la habilidad en la que el coach hace seguimiento del progreso del cliente entre sesión y sesión.

- a. Solicita claramente acciones para que el cliente se movilice hacia las metas declaradas
- b. Demuestra seguimiento al preguntarle al cliente sobre las acciones que el cliente se comprometió a generar durante las sesiones anteriores
- c. Reconoce lo que el cliente ha hecho, no ha hecho, lo que ha aprendido o se ha dado cuenta desde la sesión anterior. Primero haciéndole consciente de quién es el cliente con ese logro y luego felicitándole por ello.
- d. Prepara efectivamente, organiza y revisa con la información que el cliente ha entregado durante las sesiones
- e. Mantiene al cliente alineado entre sesiones al poner atención al plan de coaching y sus resultados, a los acuerdos y líneas de acción tomados y a los temas para las futuras sesiones.
- f. Se focaliza en el plan de coaching pero está también abierto a ajustar sus comportamientos y acciones basados en el proceso de coaching y cambia de dirección durante las sesiones.
- g. Es capaz de moverse hacia delante o atrás en la gran historia que da cuenta del lugar hacia donde se dirige el cliente, contextualizando lo que se está discutiendo y para donde el cliente se quiere dirigir.
- h. Promueve la auto-disciplina en el cliente y lo responsabiliza por aquello que acuerdan hacer, por los resultados de una acción que se espera tomar, o por un plan específico con claros márgenes de tiempo.

- i. Desarrolla la habilidad en el cliente para que tome decisiones, enfrente temas claves, y se desarrolle (dar retroalimentación, determinar prioridades y fijar el ritmo del aprendizaje, aprender y reflexionar de la experiencia)
- j. Enfrenta de manera positiva al cliente cuando éste/a no ha llevado a cabo las acciones sobre las cuales hubo acuerdo.

Competencias claves a evaluar: 1) la habilidad del coach para asociarse por completo con el cliente para crear estructuras y métodos para medir el progreso y para responsabilizarlo de su progreso; 2) que los métodos y estructuras de responsabilidad integren al cliente como un todo cuando esto sea apropiado; 3) que las estructuras diseñadas y los métodos de responsabilidad personal sean capaces de producir en el cliente movimientos hacia adelante, que sean apropiados a lo que ocurrió en la sesión, y al lugar en que se encuentra el cliente en relación a su agenda declarada y a los resultados deseados; 4) que las estructuras diseñadas y métodos de responsabilidad personal sean apropiados a la manera de pensar, aprender, integrar y crear del cliente; 5) la habilidad del coach para confiar que el cliente sea responsable con los acuerdos entre ellos, y sostener la confianza de poder responsabilizar al cliente sobre los métodos definidos para este tema.

El coach debe sugerir al cliente mediciones de éxito y estructuras de responsabilidad y /o que lo ayude a desarrollar las mediciones de éxito y estructuras de responsabilidad que estén claramente y causalmente relacionadas con el logro de los objetivos generales del cliente en su agenda declarada. Las estructuras de responsabilidad y las mediciones del logro deben tener un propósito claro y fomentar el movimiento del cliente hacia otro lugar en relación con su forma de pensar, aprender o actuar sobre la agenda declarada y la manera en que el cliente mide el éxito. En este nivel, el coach puede sugerir herramientas o estructuras para ayudar al cliente, siempre y cuando las herramientas no sean impuestas y cuando éstas tengan una relación bastante clara en la consecución de la agenda declarada del cliente y los resultados esperados.

Un coach no estará cumpliendo con esta competencia si el coach insiste en que el cliente siga las mediciones prescritas o estructuras familiares para el coach, si el coach no es capaz de apoyar al cliente para que desarrolle un método efectivo de gestión y medición de su progreso, si las mediciones y métodos de responsabilidad personal no tienen una clara relación con la agenda declarada del cliente y los resultados deseados, si no tiene un propósito claro y no potencian al cliente para que se mueva a otro lugar, o si las herramientas y estructuras sugeridas no tienen relación alguna con las necesidades del este cliente y su agenda.

12. Trascender el velo del ego

Es la habilidad del Coach para adentrarse en la dimensión del inconsciente del cliente, conectar con otras perspectivas en un nivel elevado de conciencia y ayudar al cliente a tomar acciones que lleven al cliente a trascender desde este prisma, la realidad que ha conocido hasta el momento.

- a. El Coach promueve a su cliente para que indague y descubra soluciones alternativas en sí mismo, focalizándose en temas que van más allá de donde la conciencia le está dictando.
- b. El Coach explora y hace consciente a su cliente de los diferentes roles o personajes que dirigen la vida del cliente en el momento actual; hace una mirada de cuándo se generó este patrón de funcionamiento en la vida del cliente, y ayuda a explorar cómo mediante la toma de conciencia, el cliente puede modificar esta conducta que le esté limitando para la consecución de sus objetivos.
- c. El coach puede explorar en el pasado del cliente pidiendo permiso a su cliente y siempre que esto le ayude a dar sentido a lo que le está sucediendo en su presente. El Coach apoya a su cliente para la búsqueda de programas de lealtad con sus ancestros que le ayuden a comprender qué se repite en su vida utilizando preguntas que permitan al cliente tomar conciencia de ello por sí mismo.
- d. El Coach hace que el cliente pueda optar por un cambio de percepción y realiza un trabajo junto al cliente a un nivel inconsciente reparando patrones de conducta o comportamientos que estén desencadenados por posibles anclajes con su cadena ancestral, siempre que esto sirva para que el cliente sienta que se libera y le apoya para honrar a aquel ancestro del clan al que está vinculado energéticamente.
- e. El coach puede llevar al cliente a liberarse de la culpa a través de la toma de conciencia del juicio que emite hacia sí mismo a través del espejo con el que se encuentre. Pidiendo permiso al cliente y apoyando con sus palabras e invitando a que el cliente tome responsabilidad en el ejercicio y use su propio lenguaje.
- f. El coach podrá usar otras herramientas de apoyo – PNL, kinesiología, regresiones – para facilitar la toma de conciencia en su cliente, después de pedirle permiso e indicarle de qué se trata el ejercicio, siempre que estos ejercicios sirvan para anclar nuevos patrones que ayuden al cliente: salir de un bloqueo emocional, en el trabajo de creencias limitantes, eliminación de fobias o cualquier estrés que el cliente no pueda sostener por sí mismo.
- g. El coach indaga en los malestares/dolencias/enfermedades/operaciones a nivel físico del cliente y propone y apoya al mismo para que busque una interpretación del bloqueo emocional que lo produce. El coach ayuda al cliente a realizar una liberación del juicio y su carga energética con el objetivo de soltar dicho bloqueo para liberar energéticamente la zona dañada y abrazar el mensaje que el cuerpo está manifestando a través de la toma de conciencia y el posterior trabajo de gratitud, reconocimiento y establecimiento de nuevos objetivos que surgen como consecuencia de la liberación del juicio.

Competencias claves a evaluar: (1) La habilidad del coach para permitir que llegue información a un nivel cuántico y transmitirlo al cliente en forma de preguntas con profundidad, respeto y apertura. (2) La habilidad del Coach para transmitir y asociarse con su cliente a este nivel profundo de relación y unión energética y espiritual. (3) La habilidad del coach para mostrar y compartir claramente las percepciones e intuiciones

que le llegan cuando se encuentra en este nivel en relación a maneras de pensar, intuiciones sin apego e invitar al cliente a que indague en ello y las comparta (4) La habilidad del Coach para que el cliente se atreva a profundizar en temas muy delicados o difíciles en relación a su clan familiar. (5)

Un Coach no estará cumpliendo con esta competencia al abrir este espacio de conocimiento al cliente y no pone atención a la agenda del cliente o si el coach se apega demasiado a sus propias percepciones, soluciones o resultados. Si el coach cierra las posibilidades de exploración, reemplaza sus percepciones por las del cliente o limita al cliente evaluando en lugar de hacer preguntas poderosas que le lleven a su propio resultado y conocimiento del tema a trabajar.