

CÓDIGO GLOBAL DE ÉTICA

Para Coaches, Mentores y Supervisores

INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

Todas las entidades ("las entidades") mencionadas en la sección 5 como firmantes de este Código de Ética ("el Código") desean declarar lo siguiente:

Como entidades miembros, nos comprometemos a mantener y promover prácticas excelentes en coaching, mentoring y supervisión, un campo cada vez más profesionalizado y respaldado por tecnologías digitales, incluida la ciencia de datos y la inteligencia artificial (IA). Todos nuestros miembros, en sus roles como coaches, mentores, supervisores, formadores / proveedores de formación y estudiantes, como parte de su membresía continua, acuerdan adherirse a los elementos y principios de este Código de Ética.

El Código se alinea con el contenido y los requisitos establecidos en el Professional Charter for Coaching and Mentoring. El Charter, redactado de conformidad con la legislación europea, está registrado en la base de datos dedicada de la Unión Europea, que enumera las iniciativas de autorregulación en Europa.

El Código es más un documento orientativo que uno legalmente vinculante que explique detalladamente lo que un miembro puede y no puede hacer. El Código establece la expectativa de mejores prácticas en coaching, mentoring y supervisión con el fin de promover el desarrollo de la excelencia profesional. Su propósito es:

- Proporcionar pautas apropiadas, responsabilidad y estándares de conducta para todos nuestros miembros.
- Establecer cómo se espera que nuestros miembros actúen, se comporten y funcionen cuando trabajen con coachees, mentees, supervisados (de ahora en adelante se denominarán "clientes") y cómo interactúen con colegas, patrocinadores, partes interesadas y otros profesionales.

- En conjunto con las competencias profesionales de nuestras respectivas entidades, guiar el desarrollo y crecimiento de nuestros miembros en la profesión.
- Servir como una guía para aquellas personas que no necesariamente se identifican a sí mismas como coach profesional, mentor o supervisor, pero sin embargo utilizan habilidades de coaching, mentoring o supervisión en su trabajo.
- Ser utilizado como base de cualquier queja o audiencia y acciones disciplinarias dentro de los procedimientos de quejas de los respectivos organismos.

EL CÓDIGO DE ÉTICA

El Código está organizado en cinco secciones y cubre las expectativas generales de comportamiento y conducta profesional de las entidades, así como la lista de todas las entidades miembros que se han adherido a este Código de Ética:

1. **Terminología**
2. **Trabajo con clientes**
3. **Conducta profesional**
4. **Práctica excelente**
5. **Firmantes del Código Global de Ética**

1. Terminología

- a) Por razones de brevedad este Código, donde corresponda, se refiere a:
- Coachees, mentees, supervisados y estudiantes, como “clientes”.
 - Coaches, mentores, supervisores y formadores/proveedores de Formación como “miembros en ejercicio” o “miembros”.
 - El trabajo de coaching, mentoring y supervisión como “trabajo profesional”.
 - Coaching, mentoring y supervisión como “profesión”.
- b) Los firmantes de este Código reconocen que los términos “profesión” y “profesional” se utilizan para actividades que no están bajo reglamentación legal, pero que se están profesionalizando y autorregulando cada vez más.
- c) Los firmantes de este Código reconocen que los títulos “coach”, “mentor” y “supervisor” no están protegidos y pueden ser utilizados por cualquier persona en el campo de práctica, miembro o no miembro de una entidad profesional.
- d) Cada firmante definirá exactamente cuáles de sus miembros y otros interesados se espera que cumplan con este Código (que en lo sucesivo se denominarán colectivamente los “miembros”).
- e) Para una comprensión adecuada de este Código, los miembros deben conocer las definiciones y terminología de sus respectivas entidades profesionales para el significado preciso de las palabras clave utilizadas en este Código, por ejemplo, coach, coaching, cliente, miembro, mentor, mentoring, patrocinador, supervisor, supervisión, formación y tecnología.

2. Trabajo con Clientes

Contexto

- 2.1 Al trabajar profesionalmente con clientes en cualquier rol, los miembros se comportarán de acuerdo con este código, comprometidos a brindar el nivel de servicio que razonablemente se puede esperar de un miembro en ejercicio.

Contratación

- 2.2 Antes de comenzar a trabajar con un cliente, los miembros pondrán este Código a disposición de su cliente, y le explicarán y harán explícito su compromiso de cumplir con este Código. Los miembros también informarán a sus clientes y patrocinadores sobre los procedimientos de quejas de sus respectivas entidades.
- 2.3 Antes de comenzar a trabajar con un cliente, los miembros explicarán y se esforzarán por garantizar que el cliente y el patrocinador conozcan y comprendan completamente la naturaleza y los términos y condiciones de cualquier contrato de coaching, mentoring o supervisión, incluidos los acuerdos financieros, logísticos y de confidencialidad.
- 2.4 Los miembros utilizarán sus conocimientos y experiencia profesional para comprender las expectativas de sus clientes y patrocinadores y llegar a un acuerdo sobre cómo planean cumplirlas. Los miembros también intentarán tener en cuenta las necesidades y expectativas de otras partes relevantes.
- 2.5 Los miembros serán abiertos y transparentes acerca de los métodos que utilizan y, previa solicitud, estarán dispuestos a proporcionar al cliente y al patrocinador información sobre los procesos y estándares involucrados.
- 2.6 Los miembros se asegurarán de que la duración del contrato sea adecuada para lograr los objetivos del cliente y del patrocinador, y trabajarán activamente para promover la independencia, autosuficiencia y sentido de empoderamiento del cliente.
- 2.7 Los miembros se asegurarán de que el entorno en el que se lleva a cabo cualquier coaching, mentoring, supervisión o formación ofrezca condiciones óptimas para el aprendizaje y la reflexión y, por lo tanto, una mayor probabilidad de alcanzar los objetivos establecidos en el contrato.
- 2.8 Los miembros deberán guiarse por los intereses de su cliente y, al mismo tiempo, tomar conciencia y responsabilidad para asegurar que estos intereses no perjudiquen a los de los patrocinadores, partes interesadas, la sociedad o el entorno natural.

Integridad

- 2.9 Los miembros estarán apropiadamente cualificados para trabajar con su grupo de clientes elegidos y presentarán con precisión y honestidad su experiencia relevante, cualificaciones profesionales, la entidad profesional a la que pertenecen y las certificaciones y acreditaciones, a clientes, patrocinadores, partes interesadas y colegas.
- 2.10 Al comunicarse con cualquier parte, los miembros presentarán con precisión el valor que brindan como coach, mentor o supervisor.
- 2.11 Los miembros se asegurarán de que no se hagan afirmaciones falsas o engañosas, ni implícitas, sobre su competencia profesional, cualificaciones o acreditación en ningún material publicado, promocional u otro. Los miembros atribuirán la propiedad del trabajo, las ideas y los materiales de los demás al originador y no lo reclamarán como propio.
- 2.12 Los miembros actuarán de conformidad con la legislación aplicable y no alentarán, ayudarán ni se confabularán de ninguna manera con conductas que sean deshonestas, ilegales, poco profesionales o discriminatorias.

Confidencialidad

- 2.13 Al trabajar con clientes, los miembros mantendrán el más estricto nivel de confidencialidad con toda la información del cliente y del patrocinador, a menos que la ley exija la entrega de información.
- 2.14 Los miembros tendrán un acuerdo claro con clientes y patrocinadores sobre las condiciones bajo las cuales no se mantendrá la confidencialidad (por ejemplo, actividad ilegal, peligro para sí mismos u otros) y lograrán un acuerdo sobre ese límite de confidencialidad cuando sea posible a menos que se requiera la entrega de información por ley.
- 2.15 Los miembros conservarán, almacenarán y eliminarán todos los datos y registros de su trabajo con los clientes, incluidos los archivos electrónicos y las comunicaciones, de manera que garanticen la confidencialidad, seguridad y privacidad, y cumplan con todas las leyes y acuerdos relevantes que existan en su país sobre protección de datos y privacidad.

- 2.16 Los miembros informarán a los clientes que están recibiendo supervisión e identificarán que el cliente puede ser referido anónimamente en este contexto. El cliente debe estar seguro de que la relación de supervisión es también una relación confidencial.
- 2.17 Si el cliente es un niño o un adulto vulnerable, los miembros tomarán medidas con los patrocinadores o tutor legal del cliente para garantizar un nivel adecuado de confidencialidad en el mejor interés del cliente, al tiempo que cumplen con toda la legislación pertinente.

Interacciones inapropiadas

- 2.18 Los miembros son responsables de establecer y mantener límites claros, apropiados y culturalmente sensibles que rijan todas las interacciones físicas y virtuales con clientes o patrocinadores.
- 2.19 Los miembros evitarán estrictamente cualquier relación romántica o sexual con clientes o patrocinadores actuales.

Conflicto de interés

- 2.20 Los miembros no explotarán a un cliente ni tratarán de obtener ninguna ventaja financiera o no financiera inapropiada de la relación, ni utilizarán los datos personales, profesionales o de otra índole del cliente sin su consentimiento.
- 2.21 Para evitar cualquier conflicto de intereses, los miembros distinguirán claramente una relación profesional con un cliente de otras formas de relación.
- 2.22 Los miembros serán conscientes de la posibilidad de que surjan conflictos de interés de naturaleza comercial o personal a través de la relación de trabajo y los abordarán de manera rápida y efectiva a fin de garantizar que no haya detrimento para el cliente o patrocinador.
- 2.23 Los miembros considerarán el impacto de cualquier relación con el cliente en otras relaciones del cliente y discutirán cualquier posible conflicto de intereses con aquellos que puedan verse afectados.

- 2.24 Los miembros revelarán abiertamente cualquier conflicto con el cliente y acordarán retirarse de la relación si surge un conflicto que no se pueda gestionar de manera efectiva.

Terminación de relaciones profesionales y continuación de responsabilidades

- 2.25 Los miembros respetarán el derecho del cliente a terminar un compromiso en cualquier punto del proceso, sujeto a las disposiciones del acuerdo de servicio de coaching, mentoring o supervisión.
- 2.26 Los miembros alentarán al cliente o patrocinador a finalizar el trabajo de coaching, mentoring o supervisión si creen que el cliente estaría mejor servido por una forma diferente de ayuda profesional.
- 2.27 Los miembros prepararán a los clientes para la finalización del servicio, incluyendo tener un plan para la continuidad del servicio si el miembro no puede completarlo de forma inesperada.
- 2.28 Los miembros deben estar preparados para la transferencia de clientes actuales y sus registros en caso de terminación de la práctica.
- 2.29 Los miembros comprenden que sus responsabilidades profesionales continúan más allá del final de la relación. Estas incluyen:
- Mantenimiento de la confidencialidad de toda la información relacionada con clientes y patrocinadores con gestión cuidadosa y ética de los datos confidenciales, personales u otros.
 - Evitación de cualquier explotación de la relación anterior, lo que podría cuestionar el profesionalismo o la integridad del miembro o la comunidad profesional.
 - Provisión de cualquier seguimiento o acción que se haya acordado.

3. Conducta Profesional

Mantener la reputación de la profesión

- 3.1 Los miembros se comportarán de una manera que en todo momento refleje positivamente y mejore la reputación de un servicio cada vez más profesionalizado, asegurando que el uso de la tecnología está alineado con estándares profesionales.

- 3.2 Los miembros demostrarán respeto por la variedad de miembros en ejercicio y otras personas en la profesión y por los diferentes enfoques éticamente informados de coaching, mentoring y supervisión., incluyendo el uso de tecnologías de datos e IA.

Actuar responsablemente

- 3.3 Los miembros cumplirán con las declaraciones y políticas de sus respectivas entidades sobre inclusión, diversidad, responsabilidad social y cambio climático.
- 3.4 Los miembros evitarán discriminar a sabiendas por cualquier motivo y tratarán de aumentar su conciencia de posibles áreas de discriminación y sesgo, incluso en el uso de tecnología o datos inexactos o falsos.
- 3.5 Los miembros serán conscientes del potencial de sesgos inconscientes e injusticia sistémica, y procurarán asegurarse de adoptar un enfoque respetuoso e inclusivo, que abrace y explore las diferencias individuales.
- 3.6 Los miembros desafiarán de manera constructiva y ofrecerán apoyo a todos los colegas, empleados, proveedores de servicios y clientes que sean percibidos como discriminadores o no estén dispuestos a asumir la responsabilidad de su comportamiento y acciones.
- 3.7 Los miembros controlarán su comunicación hablada, escrita y no verbal por discriminación o sesgos implícitos.
- 3.8 Los miembros participarán en actividades de desarrollo que puedan aumentar su autoconciencia en relación con la inclusión, diversidad, tecnología, los últimos avances en las cambiantes necesidades sociales y medioambientales.

Incumplimientos de conducta profesional

- 3.9 Los miembros aceptan que cualquier violación del código confirmada en un procedimiento de quejas puede resultar en sanciones, incluida la pérdida de la acreditación y / o la membresía de la entidad.
- 3.10 Un miembro desafiará a otro miembro si tiene motivos razonables para creer que está actuando de manera no ética y, si no lo resuelve, lo denunciará a la entidad.

Obligaciones y deberes legales y estatutarios

- 3.11 Los miembros están obligados a mantenerse actualizados y cumplir con:
- Todos los requisitos legales relevantes en los países en los que su trabajo profesional se lleva a cabo.
 - Salvaguardar la legislación cuando se trabaja con niños o adultos vulnerables.
 - Las políticas y procedimientos organizativos relevantes del contexto laboral.
- 3.12 Los miembros tendrán el seguro de indemnización profesional adecuado para cubrir su trabajo de coaching, mentoring y supervisión para los países en los que operan y donde tal seguro de indemnización está disponible.

4. Práctica excelente

Capacidad para ejercer

- 4.1 Los miembros operarán dentro de los límites de su competencia profesional. Los miembros deben derivar al cliente a un miembro en ejercicio con más experiencia o con la cualificación adecuada cuando corresponda.
- 4.2 Los miembros estarán en forma y lo suficientemente saludables para ejercer. Si no lo están, o no están seguros de si pueden practicar de manera segura por razones de salud, buscarán orientación o apoyo profesional.

Supervisión continua

- 4.3 Los miembros participarán en la supervisión con un supervisor o grupo de supervisión de pares adecuadamente cualificado con un nivel de frecuencia apropiado para su práctica de coaching, mentoring o supervisión, los requisitos de su entidad profesional y el nivel de su acreditación, y tener evidencia de participación en la práctica reflexiva.
- 4.4 Los miembros deben asegurarse de que cualquier otra relación existente con el supervisor, profesional o personal, no interfiera con la calidad de la supervisión provista.

- 4.5 Los miembros debatirán sobre cualquier dilema ético e infracciones, posibles o reales, de este Código, incluyendo cualquiera que surja del uso de IA y tecnología en general, con su supervisor o grupo de supervisión de pares para apoyo y orientación.

Desarrollo profesional continuo

- 4.6 Los miembros desarrollarán su nivel de competencias de coaching, mentoring y supervisión participando en formación relevante y actividades de desarrollo profesional continuo (DPC) orientadas al futuro.
- 4.7 Se espera que los miembros hagan una contribución a la comunidad profesional apropiada a su nivel de experiencia. Las formas en que esto puede hacerse incluyen el apoyo informal de compañeros a otros miembros practicantes, contribuir al avance de la profesión, investigación, escritura, etc.
- 4.8 Los miembros sistemáticamente reflexionarán y evaluarán la calidad y relevancia de su trabajo y rol a través del feedback de los clientes, patrocinadores y partes interesadas, así como otras actividades de DPC para mejorar su práctica.

Firmantes del Código Global de Ética - para Coaches, Mentores y Supervisores

El Código Global de Ética es un marco ético general para los signatarios y no cubre los procedimientos de quejas ni todos los problemas éticos potenciales.

En cambio, delega la responsabilidad de la gobernanza general a cada signatario para desarrollar y aplicar políticas y procedimientos específicos que reflejen la gama de matices éticos relacionados con la diversidad de prácticas y contextos locales o específicos.

Cualquiera de estas adiciones no contradecirá la esencia del Código, ni implicará una obligación de adopción por parte de otros co-signatarios. Los signatarios pueden compartir estas adiciones como parte de intercambios de colaboración en curso entre organismos profesionales.

Los signatarios del Código Global de Ética no se verán involucrados en ninguna queja que se relacione con otra organización signataria. Cualquier queja de este tipo debe llevarse directamente a esa organización.

Para obtener más detalles sobre cada signatario del código, incluidos membresía, acreditación, estándares, gobernanza y procedimientos de quejas, visite los sitios web correspondientes a los signatarios.

Los signatarios actuales del código se pueden encontrar aquí.

<https://www.globalcodeofethics.org/signatories/>

Para explorar cómo llegar a ser firmante del Código Global por favor contacte con administrator@emccglobal.org