



Código de Ética.

Este código proporciona los principios los cuales el **Consejo Internacional de Acreditación del Coaching** también conocido como **the International Council of Coaching Accreditation (I.C.C.A.)** aquí en adelante **I.C.C.A.** suscribe a todos sus miembros, afiliados, certificados y acreditados. Los principios son un código de acción que dirige el comportamiento basado en valores.

El acuerdo de este Código es un prerrequisito a la membresía de la **I.C.C.A.** Este código siempre actúa dentro del contexto de las leyes del país donde el coach trabaja.

I.C.C.A. no es responsable del trabajo de los coaches certificados o instituciones acreditadas. Los coaches certificados y los centros de estudio de coaching son responsables de su propio trabajo y resultados. Sin embargo **I.C.C.A.** prestará atención a las quejas en contra de los estándares, si nos lo notifican. Si estas quejas son fundadas, el coach o escuela será borrado de la lista de **I.C.C.A.** Esto es adicional a cualquier otra acción que pudiera tomar el quejoso en contra del coach o La escuela.

Definición de Coaching por I.C.C.A.

El coaching es una invitación a tomar conciencia y rediseñar las presunciones sobre las que cada persona observa su realidad. Es una oportunidad para vivenciar una profunda transformación en la manera en que cada individuo se relaciona consigo mismo y con otros seres humanos. El coaching propone un entrenamiento que permite alinear las acciones con los compromisos, promoviendo la libertad y la pasión, a fin de lograr resultados extraordinarios en la empresa, en la familia y en los distintos dominios de la vida.

Tenemos una visión del ser humano que lo comprende como un todo integral, de allí que la filosofía de sostener toda posibilidad de cada cliente es parte esencial de un coach profesional acreditado por nuestro Consejo. De acuerdo con esta filosofía que eleva a cada ser humano más allá de su condición o circunstancia, será responsabilidad del coach de:

- Canalizar al cliente en su total posibilidad de **CONECTARSE CON SU PROPIO SER.**
- Fomentar la autonomía del aprendizaje.
- Respetar la privacidad de información recolectada en las sesiones de coaching y no exponer de ninguna manera esa información a ningún tercero.
- No limitar al cliente con su propio sistema de creencias.
- Invitar a encontrar perspectivas poderosas para el cliente.
- No juzgar las creencias, emociones o pensamientos del cliente.
- Abrir nuevas posibilidades para el cliente.

El coaching es una relación profesional continua que abre posibilidades para que las personas puedan producir resultados extraordinarios en sus vidas, carreras, negocios y organizaciones. A través de un proceso de coaching, los clientes profundizan en su aprendizaje, optimizan su desempeño y mejoran su calidad de vida.

En cada sesión, el cliente elige el foco de la conversación, mientras el coach lo escucha y aporta observaciones y preguntas. Esta interacción crea claridad y establece un despertar de conciencia que lleva al cliente a la acción.

El coaching se concentra en dónde está el cliente ahora y qué es lo que está dispuesto a hacer para llegar adonde quiere estar en el futuro. El coach reconoce que los resultados corresponden a las intenciones, elecciones y acciones del cliente a quién el coach apoya con su esfuerzo durante el proceso de coaching.

Código de ética

ARTÍCULO 1.- Fundamentos

Versículo 1.1.- *No existe el fracaso únicamente retroalimentación* - Fracaso es solo un juicio del resultado en corto plazo. El cliente nunca falla.

Versículo 1.2.- *Si quieres entender, actúa* - Acción es la respuesta, aprender es el HACER

Versículo 1.3.- *Ya tenemos todos los recursos que necesitamos o podemos crearlos* - No hay clientes sin recursos, solo estados mentales sin recursos. La sabiduría del cliente está esperando ser descubierta.

Versículo 1.4.- *Todo comportamiento tiene un propósito.* - Las acciones no son casuales, los clientes están tratando de conseguir algo, aunque no esté claro que es lo que buscan.

Versículo 1.5.- *Estas haciendo lo mejor que puedes* – y probablemente lo podrías hacer mejor.

Versículo 1.6.- *Tú puedes crear tu propia realidad.* - Los clientes operan como si sus mapas mentales son reales. Los mapas mentales que ellos crean limitan su potencial más que cualquier restricción real del mundo exterior.

Versículo 1.7.- *El cliente tiene las respuestas.* - El coach tiene las preguntas.

ARTÍCULO 2.- Confianza

Versículo 2.1.- En el corazón de cada relación de coaching existe la confianza. El cliente debe de confiar en el coach y sacar el mayor beneficio del coaching. La confianza se construye a través del tiempo, el coach debe de demostrar que es digno de confianza.

Versículo 2.2.- Para ser digno de confianza el coach debe demostrar capacidad e integridad.

ARTÍCULO 3.- Capacidad

Versículo 3.1.- El coach da lo mejor de su capacidad con cada cliente.

Versículo 3.2.- El coach demuestra su capacidad.

Versículo 3.3.- El coach tiene que esforzarse para estar actualizado con los progresos en la metodología del coaching.

Versículo 3.4.- El coach conoce su nivel de habilidades y siempre las mejorará.

Versículo 3.5.- El coach está enterado de sus propios problemas personales y se asegura de que no afectarán su práctica profesional de coaching con sus clientes. Si es necesario el coach obtendrá ayuda profesional en su etapa inicial, ya sea con otro coach o con un profesional adecuado. Si estos problemas están causando problemas con sus clientes, el coach deberá considerar limitar o terminar sus actividades de coaching.

Versículo 3.6.- Se esforzarán por conocer las mejores prácticas actuales de negocios, nuevas tecnologías, requisitos legales y estándares relacionados con la profesión de coaching.

Versículo 3.7.- Deberán mejorar y ampliar sus conocimientos por medio de la lectura, el contacto directo y entrenamiento.

Versículo 3.8.- Los coaches estarán siempre al tanto de sus habilidades, puntos fuertes y limitaciones. Solamente aceptarán trabajos que ellos mismos piensen que lo pueden hacer.

Versículo 3.9.- No afirmarán lo que congruentemente no pueden hacer. Ni se atribuirán habilidades, credenciales o profesiones que no sustentan, ni permitir que otros afirmen en su favor ya sea en documentos por escrito o declaraciones verbales.

ARTÍCULO 4.- Integridad

Versículo 4.1.- El coach actúa consistentemente, respeta sus acuerdos y cumple sus promesas.

Versículo 4.2.- El coach conserva el material de los clientes con estricta confidencialidad con la excepción de que el cliente lo autorice o sea requerido por la ley.

ARTÍCULO 5.- Respeto al cliente.

Versículo 5.1.- El coach tratará al cliente con dignidad y respeto.

Versículo 5.2.- El coach obtendrá la autorización de cada uno de sus clientes antes de divulgar su nombre como cliente o referencia.

Versículo 5.3.- El coach no deberá de imponer sus propias creencias, valores o puntos de vista al cliente.

Versículo 5.4.-El coach deberá respetar los derechos de los otros a tener diferentes opiniones y creencias que las propias. No deberán argumentar que sus propias creencias y valores u opiniones son correctas.

Versículo 5.5.-Coaches bajo ninguna circunstancia discriminarán a sus clientes bajo ninguna base.

Versículo 5.6.- El coach bajo ninguna circunstancia tomará ventaja de sus clientes en el aspecto personal, sexual o financieramente.

Versículo 5.7.- El coach respetará todos los acuerdos y promesas hechas a los clientes.

ARTÍCULO 6.- Honestidad

Versículo 6.1.- El coach deberá estar consciente de su nivel de habilidad y calificaciones y las presentará de una manera honesta.

Versículo 6.2.- El coach aceptará únicamente aquellos clientes cuando perciban que coinciden sus necesidades y habilidades con el cliente.

ARTÍCULO 7.- Respeto Profesional

Versículo 7.1.- El coach no hará nada que dañe la imagen o aceptación del coaching como profesión.

Versículo 7.2.- El coach no demandará ni implicará resultados de coaching que no pueda garantizar.

ARTÍCULO 8.- La Profesión del Coaching

Versículo 8.1.- Los coaches respetarán los derechos de terceros en copyright, propiedad intelectual, marcas registradas y patentes. Reconocerán las contribuciones de otros donde sea apropiado.

Versículo 8.2.- Los coaches no se involucrarán en ninguna actividad que pueda poner la profesión de coaching en desprestigio. Si saben del uso inadecuado o representación equivocada de su trabajo, deberán de tomar las medidas adecuadas para corregirlo.

ARTÍCULO 9.- Confidencialidad y conflicto de intereses.

Versículo 9.1.- El coach conservará toda la información de sus clientes de manera confidencial, a menos que sea autorizado por los clientes, requerido por la ley, o por otra razón obligatoria donde exista el inminente daño a otros. Este material puede ser de entrevistas en persona, o por teléfono, computadora o correo de voz.

Versículo 9.2.- Hasta donde sea posible un coach no tomará obligaciones donde haya relaciones preexistentes que pudieran causar conflicto de intereses. Si estos se presenta, el coach hará lo mejor posible para resolverlo dentro del marco de las normas y estándares éticos.

Versículo 9.3.- El coach puede utilizar material de clientes, en capacitaciones o materiales escritos, siempre y cuando el cliente no pueda ser identificado.

Versículo 9.4.- Informará al cliente todos los honorarios que perciba de terceros como resultado de referencias.

Versículo 9.5.- Donde profesionalmente sea apropiado, los coaches pueden cooperar con otros profesionales para ayudar a su cliente mejor, siempre con la autorización del cliente.

Versículo 9.6.- Cuando le soliciten al coach de servicios a personas u organizaciones por medio de una tercera persona, deberán de evaluar cuidadosamente entre los dos (cliente, tercera persona) y determinar que no hay conflicto de intereses respecto a los diferentes papeles del coach y los problemas de confidencialidad.

Versículo 9.7.- La persona que contrata un coach puede ser que no sea el cliente (por ejemplo cuando un negocio contrata y paga un coach para que dé coach a una o varias personas del negocio). En estos casos el coach debe dejar en claro tanto con el cliente como con el contratante que paga el servicio, la retroalimentación que obtendrán y que se entregará al contratante y que resultados espera el contratante. Hay que asegurarse que existe un acuerdo entre el coach, cliente y contratante, para no romper la confidencialidad y confianza del cliente. Si no hay acuerdo de alguna de las partes, el coach debe rechazar el trabajo.

ARTICULO 10.- Retroalimentación y progreso.

Versículo 10.1.- Coaches tomarán etapas razonables para medir el progreso de sus clientes. Si el cliente no está progresando, deberán discutirlo abiertamente con el cliente como parte de la relación del coaching.

Versículo 10.2.- Los coaches crearán y conservarán los expedientes necesarios de los clientes para cumplir con los requisitos profesionales y legales.

Versículo 10.3.- Los coaches referirán a sus clientes con otros profesionales cuando sea relevante, como a un consejero, terapeuta o doctor cuando sepan de un problema que necesite tal tratamiento.

Versículo 10.4.- Coaches siempre buscan evitar daño o peligro para ellos mismos, clientes u otros.

Versículo 10.5.- Cuando hay una interrupción en el coaching, el coach debe de hacer los esfuerzos necesarios para otra cita con el cliente. Si la interrupción es prolongada, es conveniente encontrar un coach interino dentro del I.C.C.A.

Versículo 10.6.- La relación de coaching se termina por acuerdo del coach y el cliente, por lo general al final del contrato pre-pagado. Si el contrato se termina antes de su plazo por el coach, este deberá regresar los honorarios pagados por adelantado por las sesiones que no efectuarán. Si el contrato es

terminado por el Cliente antes de su vencimiento, el cliente pagará los honorarios como se había establecido previamente.

ARTICULO 11.- Honorarios

Versículo 11.1.- El coach deberá informar claramente al cliente la logística, honorarios y programa de la relación de coaching.

Versículo 11.2.- El coach está en libertad de cobrar el honorario que considere prudente, I.C.C.A. no es responsable de las tarifas ni de establecer estándares de pagos. El Coach deberá revelar estos honorarios lo antes posible en la relación de coaching con sus clientes.

Versículo 11.3.- Si hay un problema con el pago de los honorarios, el coach deberá de tomar las medidas necesarias para discutir este problema por adelantado y decidir junto con el cliente que hacer. Si **el cliente no paga el coach**, este podrá tomar las medidas legales pertinentes bajo su propia responsabilidad, sin que esto involucre a I.C.C.A.

En resumen:

Ya que somos interdependientes con otros, cada acción tiene dos consecuencias. Trae una consecuencia a terceros y una consecuencia a ti mismo. Cada acción nos cambia a sí mismos y también cambia al mundo.

Ética son los principios de acción que se aplican a ti mismo. Por lo tanto la ética no puede ser impuesta desde afuera. La recompensa o sanción por la ética esta dentro de las acciones mismas.

Estándares son principios de acciones que aplican a otros. Son los resultados visibles de tus acciones que afectan a otros. Algunos principios éticos también tienen implicaciones en los estándares, y si actúas sin ética, dañarás a terceros o afectarás sus intereses y también será visible.

La ética y sus estándares están dentro de las presuposiciones del coaching. Lo anterior concentra un sistema de valores y sus comportamientos consiguientes en una serie de principios. Estos valores se han demostrado que benefician a todos tanto interior como exteriormente en la comunidad internacional del Coaching. La comunidad acepta estos principios y sus restricciones consiguientes por consenso, sin tal consenso los principios son imposibles de observar. Esperamos que todos los coaches de I.C.C.A. actúen éticamente y mantengan los estándares en su carrera como coach.