

Código Ético IAC (International Association of Coaching)

Todo coach que se afilie a la IAC debe comprometerse a respetar estos Principios Éticos y Código Deontológico.

Principios éticos

Competencia: El coach mantendrá un alto nivel de competencia en su trabajo.

Integridad: El coach se representará de una manera honrada y justa, conociendo perfectamente sus particulares competencias y limitaciones.

El coach procurará ser consciente de su propio sistema de creencias, valores, necesidades y limitaciones, y el efecto que estos pueden tener en su trabajo. Hasta donde sea posible, intentará esclarecer ante todas las personas implicadas los roles que desempeña, y actuar oportunamente de acuerdo con estos roles.

Responsabilidad profesional: El coach mantendrá un nivel de conducta ética que repercutirá favorablemente en el coach personalmente y en la profesión en general.

Respeto a los derechos y la dignidad de las personas: El coach tratará a los clientes con dignidad y respeto, siendo consciente de las diferencias culturales y el derecho del cliente a la autonomía, la intimidad y la confidencialidad.

El coach respetará los derechos fundamentales, la dignidad y el valor de todas las personas. Respetará el derecho del individuo a la intimidad, confidencialidad, autodeterminación y autonomía, teniendo presente la existencia de obligaciones legales o de otro tipo que puedan conducir a incoherencias y conflictos con el ejercicio de estos derechos. El coach será consciente de las diferencias culturales, individuales y de roles, incluyendo aquellas relacionadas con la edad, género, raza, etnia, origen nacional, religión, orientación sexual, discapacidad, idioma o estado socioeconómico.

El coach intentará eliminar el efecto que puedan tener en su trabajo los sesgos basados en estos factores y no participará, a sabiendas, en ninguna práctica discriminatoria o injusta, ni lo permitirá.

El Código Deontológico de la IAC consta de lo siguiente:

- Introducción Normas generales
- Publicidad y declaraciones públicas

La relación de coaching, Intimidad y confidencialidad, Formación de los coach, Investigación científica sobre el coaching y publicación de artículos.

Introducción

Los coach se especializan en distintos campos (en lo personal y en lo empresarial) para poder ayudar a sus clientes. Los coach reciben una formación específica en el coaching a través de una escuela o de un coach mentor, y utilizan e incorporan su propia experiencia vivencial en el ejercicio de su profesión.

Un coach puede presentarse como coach, asesor o facilitador. Aunque cada coach mide los avances de su trabajo de una manera distinta, el éxito se mide siempre según los progresos de los clientes del coach. Dada la naturaleza personal de la mayoría de las relaciones de coaching, este Código Deontológico establece un marco y unos valores en los que los coach profesionales basan su trabajo.

El Código tiene tres finalidades. En primer lugar, establece los grandes principios y valores a los que se adhieren los coach, que incluyen la confidencialidad y la máxima preocupación por el bienestar y el éxito del cliente. En segundo lugar, proporciona unas reglas de las que se sirven los coach en muchas de las situaciones concretas en las que pueden encontrarse. Por último, el Código sirve de base para las normas éticas y morales de los coach. Cada coach individual promete observar el Código y, al mismo tiempo, se anima a los coach a agregar otros conceptos para establecer un compromiso de por vida con la construcción de un lugar de trabajo y una profesión éticos.

1. Normas generales

1.1. Aplicabilidad del Código Deontológico

- (a) Cualquier código puede ser considerado como una normalización de la experiencia, expresada como una serie de reglas. Una comunidad adopta un código porque sus miembros aceptan que la adhesión a estas reglas, incluyendo las restricciones que ello implica, será beneficioso para todos, tanto dentro como fuera de la comunidad.
- (b) Este Código Deontológico está dirigido a todos los miembros profesionales de la IAC. Esencialmente, comprende una serie de afirmaciones que establecen unas normas mínimas para el ejercicio de la profesión, a las que se someten los miembros. Se pretende el cumplimiento tanto del espíritu como de la letra del código.
- (c) La actividad del coach que está sujeto al Código Deontológico podrá ser revisada según estas Normas Éticas únicamente si la actividad forma parte de las funciones relacionadas con su trabajo de coaching.

1.2. Relación entre la ética y las leyes del país

- (a) Aunque la Ley del país en el que ejerce el coach tendrá preferencia sobre las Normas Éticas de la IAC, el coach procurará, como mínimo, respetar el Código Deontológico de la IAC.
- (b) Un coach no debe participar en ninguna actividad ilegal, incluyendo, pero no limitada a, violaciones de derechos de autor, de propiedad intelectual o de patentes.

1.3. La relación profesional

- (a) El coach prestará sus servicios únicamente en el contexto de las normas profesionales de la IAC.
- (b) La confianza y la responsabilidad constituyen el núcleo de la profesión de coaching. Se espera que el coach actuará siempre con integridad hacia sus clientes, sus compañeros de profesión y hacia sí mismo.

1.4. La competencia del coach

- (a) Un coach no se otorgará, a sabiendas, un nivel de competencia superior al que realmente posee, y en todo momento trabajará hasta el máximo de competencia declarada.
- (b) El coach prestará servicios únicamente dentro de los límites de su competencia, basándose en su educación, formación o experiencia profesional relacionada. El coach debe aceptar sólo los trabajos que se cree capaz de realizar.

1.5. Mantener el nivel de pericia

- (a) El coach mantendrá un nivel razonable de conocimiento de las actuales buenas prácticas empresariales y de la información disponible en sus campos de actividad, además de realizar actividades para mantener el nivel de competencia de sus habilidades profesionales.
- (b) El coach se mantendrá informado acerca de las nuevas tecnologías, prácticas, requisitos legales y normas relevantes a la profesión de coaching.

1.6. La comunicación en el coaching

- (a) Cuando el coach presta servicios de coaching (incluyendo cualquier tipo de evaluación) a una persona, grupo u organización, empleará un lenguaje razonablemente comprensible para el destinatario de estos servicios.
- (b) Si por razones legales o por cualquier otra circunstancia, al coach no le está permitido proporcionar alguna información a una persona o grupo, informará debidamente a la persona o al grupo antes de iniciar el servicio.

1.7. Respeto hacia los demás

- (a) El respeto del individuo es una piedra angular de la relación de coaching.
- (b) En sus actividades relacionadas con el trabajo, el coach respetará los derechos de los demás a mantener valores, actitudes y opiniones que difieran de los del coach.

1.8. Discriminación injusta

En sus actividades relacionadas con el trabajo, el coach no discriminará de manera injusta por ningún motivo.

1.9. Acoso

- (a) El coach no se comportará, a sabiendas, de ninguna manera que sea vejatoria o humillante para las personas con las que interactúa en su trabajo. El acoso sexual se define como provocación o insinuación sexual, o comportamiento verbal o no verbal de naturaleza sexual. El coach se asegura que su comportamiento es apropiado en todo momento y que no puede entenderse de ninguna manera como acoso u hostigamiento de ninguna clase.

2. Problemas personales y conflictos

- (a) El coach reconoce que también puede tener problemas personales que puedan repercutir negativamente sobre la relación coach/cliente. El coach debe informar al cliente de cualquier problema de este tipo para que, entre los dos, puedan tomar las acciones más oportunas.
- (b) Además, el coach tiene la obligación de ser consciente de los signos de cualquier problema personal en sus inicios y de obtener ayuda para resolverlo cuanto antes para que no llegue a ser un impedimento en el desempeño del coaching.
- (c) Si el coach tiene consciencia de algún problema personal que pueda interferir con el desempeño correcto de sus actividades de coaching, tomará las medidas oportunas, como el asesoramiento o ayuda profesional, y decidirá si debe limitar, suspender o terminar sus actuales actividades de coaching.

3. Progresos en el trabajo

El coach tomará acciones razonables para asegurar el progreso del cliente y, en casos donde no se consiga ningún avance, procurará minimizar el perjuicio para el cliente.

4. Uso incorrecto de la influencia del coach

Dado que el juicio y las acciones del coach pueden afectar las vidas de otras personas, debe permanecer atento y vigilante ante cualquier factor personal, económico, social, organizativo o político que pueda llevarle a ejercer su influencia incorrectamente.

5. Uso incorrecto del trabajo del coach

- (a) El coach no participará en actividades en las que exista la probabilidad de que sus habilidades o valoraciones sean utilizadas incorrectamente por otros.
- (b) Si el coach se entera de cualquier uso incorrecto o representación falsa de su trabajo, tomará medidas razonables para corregir o minimizar el uso incorrecto o representación falsa.

6. Conflicto de intereses

- (a) Siempre que sea factible, el coach no asumirá obligaciones profesionales cuando exista una relación que pudiera dar lugar a un conflicto de intereses.
- (b) Si el coach se entera que, debido a factores no previsibles, ha surgido un potencial conflicto de intereses, intentará resolverlo teniendo en cuenta los mejores intereses de la persona afectada y en cumplimiento con el Código Deontológico.

7. Trueque

Un coach podrá aceptar el trueque sólo si ello no implica una relación abusiva.

El coach es libre para negociar la aceptación de bienes, servicios u otra remuneración no monetaria a cambio de los servicios de coaching, dentro de las limitaciones legales y tributarias del país en el que se trabaja.

8. Relaciones abusivas

- (a) El coach no explotará a las personas subordinadas a él en una situación empresarial.
- (b) El coach no mantendrá relaciones sexuales con el personal sobre el que tiene autoridad de evaluación o dirección, dado que tales relaciones podrían considerarse una explotación.

9. Envío de clientes a otros profesionales

Cuando esté indicado y si resulta profesionalmente oportuno, el coach podrá colaborar con otros profesionales para servir mejor a sus clientes.

10. Peticiones de servicios por parte de terceros

(a) Cuando el coach acepta prestar sus servicios a una persona o entidad a petición de terceros, el coach esclarecerá, hasta donde sea posible y al inicio del servicio, la naturaleza de la relación concada una de las partes implicadas. Este esclarecimiento incluye el rol del coach (por ejemplo, cómo consultor organizativo), los probables usos de los servicios prestados o de la información obtenida, y el hecho de que podrán existir límites a la confidencialidad.

(b) Si se prevé el riesgo de que el coach pudiera encontrarse en una situación de conflicto a causa de la involucración de un tercero, el coach debe esclarecer la naturaleza y dirección de sus responsabilidades, mantener informadas a todas las partes sobre el desarrollo del trabajo y resolver la situación de acuerdo con este Código Deontológico.

11. Delegación en los subordinados y supervisión de éstos

(a) El coach delegará en sus empleados y asistentes, únicamente aquellas responsabilidades que estas personas puedan llevar a cabo de manera competente, de acuerdo con su educación, formación o experiencia, bien sea con autonomía o con el nivel de supervisión adecuado.

(b) El coach ofrecerá la oportuna formación y supervisión a sus empleados y tomará medidas razonables para asegurar que estas personas realizan los servicios de una manera responsable, competente y ética.

12. Gestión de registros e información

(a) El coach establecerá un sistema para crear, mantener, divulgar, guardar, retener y eliminar los documentos y datos relacionados con su trabajo y otras actividades, de acuerdo con la legislación del país en el que ejerce, y de una manera que permita el cumplimiento con los requisitos de este Código Deontológico.

(b) Se recomienda que el coach documente su trabajo adecuadamente para facilitar la eventual prestación de servicios en el futuro por el mismo coach o por parte de otros profesionales, para asegurar la responsabilidad y para satisfacer los requisitos legales de su país.

13. Honorarios y condiciones de pago

(a) En el momento oportuno al iniciar la relación profesional, el coach y el cliente, u otro destinatario de los servicios de coaching, establecerán un acuerdo que especifique la remuneración y las condiciones de facturación.

(b) El coach no cobrará honorarios abusivos, ni engañará a los clientes, o a los responsables del pago, en cuanto al importe de los mismos.

(c) Si se prevé alguna restricción en los servicios prestados debido a limitaciones económicas, el coach debe hablar del tema con el cliente cuanto antes.

(d) Si el cliente u otro destinatario de servicios no abona los importes según el acuerdo establecido, y si el coach desea recurrir a agencias de cobro o acciones legales para cobrar sus honorarios, antes de tomar cualquier medida informará al interesado de las medidas que se tomarán y le ofrecerá la oportunidad de abonar las cantidades pendientes.

14. Exactitud de la información facilitada a los responsables del pago

En los documentos emitidos a los responsables del abono de los servicios, el coach detallará precisa y claramente la naturaleza del servicio prestado, los honorarios y cualquier otro costo que hubiera.

15. Honorarios de referencia a otros profesionales

Cuando un coach paga o cobra a otro profesional, o reparte honorarios con éste (en cualquier situación que no sea una relación de patrono/empleador), el pago correspondiente a cada una de las partes se basará en los servicios prestados (envío del cliente, asesoramiento, administración, etc.) y será acordado por escrito antes de iniciar la relación profesional.

16. Publicidad y declaraciones públicas

16.1. Definición

Por publicidad y declaraciones públicas, se entiende cualquier documento escrito o afirmación oral con respecto al coaching, que el coach pone a disposición del público en general (por ejemplo: un catálogo, artículo, discurso o currículum vitae).

16.2. Afirmaciones de otros

El coach comprende que otras personas podrán hacer afirmaciones en público en su nombre, tanto a petición del coach como sin consultarle. El coach hará todo lo posible para asegurar que tales afirmaciones públicas sean verídicas y que no se presten a equívoco.

16.3. Evitar afirmaciones falsas

El coach no hará ninguna afirmación pública falsa, bajo ninguna circunstancia. Ejemplos de esto pueden ser referencias a su formación o experiencia o los honorarios que cobra.

17. La relación de coaching

17.1. Estructurar la relación

(a) El coach explicará al cliente la estructura de sus honorarios antes de la primera sesión cobrada.

(b) El coach planteará y estudiará, junto con el cliente, todos los temas importantes al inicio de la relación de coaching. Un ejemplo de esto sería la confidencialidad (véase también la Norma 4.01: "Hablar de la confidencialidad y sus limitaciones").

(c) El coach enviará clientes a otros profesionales cuando sea oportuno. El coach también enviará el cliente a un orientador, terapeuta o psiquiatra cuanto antes si percibe algún problema que pudiera precisar un tratamiento de salud mental.

(d) El coach procurará responder a todas las preguntas del cliente y atender a sus preocupaciones acerca del coaching a la primera oportunidad. Si dispone de material escrito sobre el coaching que pueda ayudar a aclarar temas concretos, debe proporcionarlo al cliente.

17.2. Seguridad y bienestar

- (a) El coach debe enviar al cliente a un profesional de salud mental o de servicios de urgencia sin demora, si se percata de cualquier situación en la que el cliente pueda poner en peligro su propia seguridad o bienestar, o la seguridad y bienestar de otros. En situaciones graves, el coach debe ponerse en contacto con un servicio de crisis de salud mental o de urgencias en nombre del cliente.
- (b) El coach no debe intentar diagnosticar o evaluar ningún tema de salud mental o problema concreto si existe una situación de riesgo para el cliente u otras personas, sino actuará sólo sobre la base de su experiencia personal. El coach no tiene la formación adecuada ni la autorización para establecer un diagnóstico o evaluación de este tipo.
- (c) El coach debe informar a las autoridades competentes si el cliente revela que está haciendo daño o poniendo en peligro a otra persona o grupo. El coach también debe intentar informar a la persona o grupo objeto del daño o peligro. No le incumbe al coach el discernir si existe un problema de salud mental o si el daño, posible o actual, es ilegal.

17.3. Prestación de servicios de coaching a personas en tratamiento con profesionales de salud mental

El coach debe decidir si desea establecer una relación de coaching con un cliente que está recibiendo psicoterapia u otro tratamiento de salud mental. El factor más importante a la hora de tomar esta decisión es el bienestar del cliente.

17.4. Relaciones íntimas con clientes

El coach no establecerá ninguna relación sexual con sus clientes actuales.

17.5. Interrupción de los servicios

El coach hará todo lo razonablemente posible para asegurar la continuidad del coaching en caso de verse obligado a interrumpir sus servicios. Si se trata de una interrupción prolongada (más de un mes), se recomienda al coach que envíe al cliente a otros coaches hasta que pueda reanudarse el servicio.

17.6. Terminar la relación de coaching

El coach terminará la relación de coaching si se ve claramente que el cliente ya no se beneficia (o se está perjudicando) de la relación. Al terminar la relación, el coach propondrá alternativas o enviará al cliente a otros coaches, o a otros servicios profesionales, si conviene.

18. Intimidad y confidencialidad

18.1. Hablar de la confidencialidad y sus limitaciones

- (a) El coach respetará el derecho del cliente a la intimidad y no le pedirá ninguna información privada, a menos que sea esencial para la prestación de sus servicios o para fines de investigación científica. Con respecto a cualquier información privada que el cliente revele, el coach debe observar las normas de confidencialidad.
- (b) Se debe hablar de la confidencialidad al inicio de la relación profesional, a menos que esté contraindicado o no resulte factible, ya partir de ahí, cuando sea necesario.
- (c) El coach debe hablar con los clientes y otras personas interesadas, sobre la naturaleza de la

confidencialidad y sus limitaciones. El coach debe examinar las situaciones en las que alguna información confidencial puede ser solicitada o revelada.

(d) Toda información obtenida en el transcurso del servicio profesional será confidencial, a menos que exista un motivo profesional apremiante para revelarla. El coach revelará información confidencial sin el permiso previo del cliente si es necesario para impedir algún daño inminente y previsible para el cliente u otra persona. En todas las circunstancias, el coach debe ejercer buen juicio en cuanto a la cantidad de datos que revela.

18.2. Mantener la confidencialidad

(a) El coach debe ser fundamentalmente prudente con respecto a la protección del derecho a la confidencialidad de las personas con las que trabaja o consulta. El coach reconoce que las relaciones profesionales, los reglamentos institucionales y/o la ley pueden establecer la confidencialidad.

(b) El coach no debe revelar ninguna información confidencial en una situación en la que no se puede garantizar el secreto. El coach revelará datos confidenciales únicamente para fines apropiados de tipo profesional, consultivo o científico, y sólo a personas claramente relacionadas con estos temas.

(c) En el trato con el público y los medios de comunicación (incluyendo presentaciones profesionales y trabajos escritos), el coach debe proteger la confidencialidad de sus clientes. Además, el coach disimulará la información confidencial de modo que no será posible identificar al cliente en cuestión. El coach revelará datos confidenciales sólo con el consentimiento escrito del cliente o de una persona legalmente autorizada.

(d) En cualquier capacidad consultiva, el coach no debe revelar información confidencial que pudiera dar lugar a la identificación de un cliente con el que tiene una relación confidencial. El coach puede revelar esta información únicamente si ha obtenido el consentimiento previo del cliente, o si no puede evitarse la revelación. Además, el coach compartirá sólo la información necesaria para lograr la finalidad de la consulta.

(e) El coach debe tomar las precauciones lógicas para proteger la confidencialidad del cliente en el caso del cese de ejercicio profesional, incapacitación o fallecimiento del coach.

(f) El coach debe proteger la confidencialidad de sus clientes fallecidos de acuerdo con este Código Deontológico.

18.3. Gestión de documentos e información

(a) El coach mantendrá la confidencialidad a la hora de crear, guardar, acceder, trasladar o eliminar los documentos que custodia, de acuerdo con este Código Deontológico y las leyes de su país.

(b) El coach tomará precauciones para asegurar y mantener la confidencialidad de la información comunicada a través del teléfono, buzón de voz, ordenador, correo electrónico, mensajes cortos, máquinas de fax o cualquier otra vía informatizada.

(c) El coach debe tomar medidas prácticas y lícitas para asegurar que los documentos permanecen disponibles, para servir mejor los intereses de sus clientes.

18.4. Revelación de información

- (a) A menos que esté prohibido por ley, el coach revelará datos confidenciales sólo si el cliente, o cualquier persona legalmente autorizada para actuar en nombre del cliente, haya dado su consentimiento expreso y por escrito.
- (b) El coach podrá revelar información confidencial sin el consentimiento del cliente sólo en las circunstancias exigidas o permitidas por la ley.
- (c) Cuando sea posible, el coach informará a sus clientes acerca de la revelación de información confidencial y sus posibles consecuencias, antes de revelar los datos. (d) El coach sólo revelará datos confidenciales a terceras partes responsables del pago, con el consentimiento oportuno y por escrito.
- (e) El coach debe revelar ciertos datos confidenciales exigidos por las disposiciones legales o si la información confidencial supone una situación de riesgo de daño para al cliente u otras personas, o compromete el bienestar de éstos.

19. Formación de los coach

19.1. Diseño de programas de formación

Los coach que forman a otros coach se esforzarán al máximo para asegurar que sus programas de formación están bien diseñados y que darán a los alumnos el material que buscan.

19.2. Descripciones de programas de formación

Los coach que forman a otros coach no engañarán a los demás con respecto a la formación que ofrecen.

19.3. La ética en la formación

Los coach que forman a otros coach asegurarán el conocimiento de este Código Deontológico por parte de sus alumnos, cuando sea oportuno, y lo cumplirán durante el proceso de formación.

19.4. Limitaciones a la formación

Los coach serán conscientes de sus propias limitaciones a la hora de formar a otros coach, y si no creen poseer la experiencia adecuada para formar a otro coach en un área o técnica concreta, enviarán al alumno a otro coach o programa de formación.

20. Investigación científica sobre el coaching y publicación de artículos

20.1. Planificación de la investigación

- (a) Aquellos coach que dirigen proyectos de investigación deben diseñar y llevar a cabo los estudios de acuerdo con las normas científicas reconocidas.
- (b) La investigación sobre el coaching debe ser planificada para minimizar la posibilidad de obtener resultados equívocos a partir de los datos recabados.
- (c) Los coach que realizan investigaciones deben ser cualificados para este fin, o poner la dirección de la

investigación en manos de otros profesionales científicos cualificados.

(d) La investigación debe llevarse a cabo en cumplimiento con todas las leyes del país en el que se realiza.

20.2. Realización de proyectos de investigación

(a) Debe obtenerse la aprobación o el consentimiento de los participantes en la investigación o de las organizaciones patrocinadoras, a menos que se den las condiciones expresadas en el apartado a continuación.

(b) No será necesaria la aprobación o el consentimiento de los participantes en la investigación o de las organizaciones patrocinadoras únicamente en casos especiales, como, por ejemplo, estudios basados en cuestionarios anónimos u observaciones de tipo naturalista.

(c) Los participantes deben ser informados de la investigación y de los usos que se prevén de la misma, todo ello expresado en un lenguaje comprensible al público en general.

(d) Si es necesario, los participantes en la investigación estarán convenientemente protegidos contra cualquier consecuencia adversa relacionada con la misma, incluyendo (aunque no limitado a) las potenciales consecuencias de retirarse del estudio.

(e) Si se ofrecen incentivos a los participantes en la investigación, estos incentivos no deben ser excesivos o impropios.

20.3. Comunicación de los resultados de la investigación

A la hora de hacer públicos los resultados de la investigación, los coach no los falsificarán ni presentarán resultados fingidos. Además, si en el futuro se encontrasen errores significativos en la investigación, se intentará corregir los resultados anteriores de una manera oportuna.

Los siguientes puntos son aplicables a todos los trabajos publicados por los coach.

20.4. Plagio

Los coach no copiarán las investigaciones o los datos de otros sin el permiso por escrito del autor de los mismos.

20.5. Créditos de publicación

Los coach se responsabilizarán y se atribuirán el mérito únicamente con respecto a su propio trabajo.

20.6. Revisores profesionales

Los coach que ejercen como revisores profesionales de material para publicar, respetarán la confidencialidad del trabajo y atribuirán el mérito al autor o los autores que lo han presentado.