



GLOBAL CODE OF ETHICS GLOBALNY KODEKS ETYCZNY dla coachów i mentorów

WPROWADZENIE ORAZ CEL

Sygnatariuszami Kodeksu są poniższe dwie organizacje (dalej zwane „organizacje”):

- Association for Coaching (AC)
- European Mentoring and Coaching Council (EMCC).

Jako stowarzyszenia członkowskie jesteśmy zaangażowani w utrzymywanie i promocję najlepszych praktyk coachingowych i mentoringowych. Wszyscy nasi członkowie w trakcie członkostwa zgadzają się na postępowanie w zgodzie z elementami i zasadami Kodeksu Etycznego. Ten Kodeks Etyczny nawiązuje do treści i wymagań stawianych przez Profesjonalną Kartę Coachingu i Mentoringu. Karta, która została spisana w zgodzie z prawem Unii Europejskiej, jest zarejestrowana w bazie danych UE, która zawiera listę inicjatyw dotyczących regulacji wewnętrznych w Europie.

Poniższy Kodeks Etyczny ustanawia oczekiwania wobec najlepszych praktyk w zakresie coachingu i mentoringu oraz promuje rozwój doskonałości coachingowej i mentoringowej. Celem Kodeksu Etycznego jest:

- Dostarczenie adekwatnych wskazówek, odpowiedzialności oraz możliwości do wyegzekwowania standardów postępowania wszystkim naszym członkom.
- Określenie, jak nasi członkowie powinni postępować, zachowywać się i działać w czasie pracy z klientami.
- W połączeniu z listami kompetencji zawodowych spisanych przez każdą z naszych organizacji prowadzenie naszych członków drogą wzrostu i rozwoju zawodowego.
- Służenie jako przewodnik dla tych osób, które, choć niekoniecznie identyfikują się z byciem profesjonalnym coachem czy mentorem, wykorzystują umiejętności coachingowe lub mentoringowe w swojej pracy.

W sytuacji, kiedy członek naszej organizacji nie spełniłby tych oczekiwań i wskazówek w czasie pracy z klientami, Kodeks Etyczny będzie używany jako podstawa rozstrzygnięcia skargi czy postępowania dyscyplinarnego i wszelkich działań wynikających z istniejących procedur skarg i zażaleń.

KODEKS ETYCZNY

Kodeks Etyczny podzielony jest na cztery części, które obejmują ogólne oczekiwania naszych organizacji w stosunku do profesjonalnego zachowania i postępowania. Są to:

1. Terminologia
2. Praca z klientami
3. Profesjonalne postępowanie
4. Doskonała praktyka.

1. Terminologia

- a. Każda z organizacji określi we własnym zakresie, którzy członkowie i inni interesariusze powinni przestrzegać Kodeksu (w tym dokumencie są oni określani jako członkowie).
- b. Żeby prawidłowo rozumieć zapisy tego Kodeksu Etycznego (dalej zwanego Kodeksem) członkowie powinni być świadomi wewnętrznych definicji i terminologii swoich własnych profesjonalnych organizacji, które precyzują znaczenia takich kluczowych określeń jak np. coach, coaching, klient, członek, mentor, mentoring, sponsor, supervisor i supervizja.

2. Praca z klientami

Kontekst

- 2.1 Członkowie dołożą wszelkich starań, żeby zrozumieć oczekiwania klientów i sponsorów procesu oraz by osiągnąć zgodę co do planu, w jaki sposób zamierzają te oczekiwania spełnić.

Kontrakt

- 2.2 Zanim praca z klientem zostanie rozpoczęta, członkowie wyjaśnią i oficjalnie zadeklarują, że przestrzegają zapisów tego Kodeksu. Członkowie powiadomią swoich klientów o możliwości skorzystania z procedury skarg i zażaleń w swoich organizacjach.
- 2.3 Przed rozpoczęciem pracy z klientem, członkowie wyjaśnią i upewnią się, że klient zna i w pełni rozumie naturę i warunki kontraktu czy to coachingowego, czy mentoringowego z uwzględnieniem uzgodnień finansowych, logistycznych i dotyczących zasad poufności.
- 2.4 Członkowie będą przedstawiali w jawny sposób metody, które stosują, i na życzenie będą gotowi, żeby przedstawić klientowi informacje w odniesieniu do procesów w których uczestniczy.
- 2.5 Członkowie zadbają o to, żeby długość kontraktu była właściwa dla osiągnięcia celów klienta i celów sponsora oraz będą aktywnie pracować nad tym, aby uniknąć uzależnienia klienta.

Integralność

- 2.6 Członkowie będą rzetelnie i uczciwie prezentować klientom, sponsorom, członkom, coachom i mentorom swoje istotne kwalifikacje profesjonalne, doświadczenie, szkolenia, certyfikaty i akredytacje.
- 2.7 Rozmawiając z jakimkolwiek interesariuszem, rzetelnie i uczciwie przedstawią potencjalną wartość, której dostarczają jako coachowie i mentorzy.

- 2.8 Członkowie będą przypisywać autorstwo pracy, idei czy materiałów właściwemu autorowi i nie będą przedstawiać cudzych prac jako swoich.

Poufność

- 2.9 Pracując z klientem, członkowie utrzymają w najściślejszej tajemnicy wszystkie informacje klienta i sponsora, chyba że udostępnienia tych informacji wymaga prawo.
- 2.10 Członkowie będą przechowywać i dysponować wszelkimi zapisami dotyczącymi ich klientów, w tym plikami i wiadomościami elektronicznymi w sposób, który uwzględnia poufność, bezpieczeństwo i ochronę prywatności i pozostaje w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa.
- 2.11 Członkowie będą zawierać jasne umowy z klientami i sponsorami na temat warunków, które zwalniają z zasad poufności (np. działania niezgodne z prawem, zagrożenie bezpieczeństwa swojego i innych, etc.) oraz uzyskiwać zgodę na takie ograniczenia tam, gdzie to możliwe.
- 2.12 Członkowie przekażą klientom, że znajdują się pod superwizją i ujawnią, że klient może być anonimowo wspomniany w tym kontekście. Klient powinien uzyskać zapewnienie, że relacja superwizyjna jest sama w sobie relacją poufną.
- 2.13 Jeśli klient jest dzieckiem albo dorosłym wymagającym szczególnej troski, członkowie doprowadzą do stosownych uzgodnień ze sponsorami klienta lub jego opiekunem, aby zapewnić najlepszy dla tej osoby stopień poufności dostępny w ramach aktualnego prawodawstwa.

Niewłaściwe zachowania

- 2.14 Członkowie ponoszą odpowiedzialność za ustanowienie i utrzymanie prawidłowych i uwzględniających kwestie kulturowe reguł, które rządzą interakcjami czy to fizycznymi, czy każdymi innymi z klientami i sponsorami.
- 2.15 Członkowie będą unikać jakichkolwiek uczuciowych czy seksualnych relacji z aktualnymi klientami, sponsorami, studentami czy superwizowanymi. Ponadto członkowie będą zachowywali czujność wobec możliwości pojawienia się ewentualnej relacji intymnej pomiędzy stronami wymienionymi wcześniej i podejmą stosowne działania, aby uniknąć pojawienia się takiej intymnej relacji lub zakończą proces w celu zapewnienia bezpiecznej sytuacji.

Konflikt interesów

- 2.16 Członkowie nie będą wykorzystywać klienta, ani osiągać niewłaściwych korzyści - finansowych i niefinansowych - z relacji z nim.
- 2.17 W celu uniknięcia jakiegokolwiek konfliktu interesów, członkowie będą rozróżniać relację coachingową i mentoringową od innych typów relacji, takich jak przyjaźń czy relacja biznesowa.
- 2.18 Członkowie będą brali pod uwagę możliwość pojawienia się w trakcie relacji profesjonalnej konfliktu interesów natury biznesowej lub osobistej i będą szybko i efektywnie na niego reagować, tak aby ani klient, ani sponsor, ani członek nie ponieśli z tego powodu szkody.

- 2.19 Członkowie będą brać pod uwagę inne możliwe powiązania i związki klienta i dyskutować o potencjalnym konflikcie interesów z osobami zaangażowanymi.
- 2.20 Członkowie będą podchodzić do konfliktów w sposób otwarty i zaakceptują konieczność wycofania się z relacji, jeśli konflikt będzie narastał i nie będzie można go efektywnie rozwiązać.

Zakończenie relacji profesjonalnej i dalsze zobowiązania

- 2.21 Członkowie będą respektować prawo klienta do zakończenia procesu w dowolnym momencie, zgodnie z postanowieniami zawartymi w kontrakcie coachingowym czy mentoringowym.
- 2.22 Członkowie zachęcą klienta czy sponsora do przerwania procesu coachingowego czy mentoringowego, jeśli jasne stanie się, że klient czy sponsor skorzystaliby bardziej, pracując z innym coachem, mentorem czy też korzystając z innego rodzaju pomocy profesjonalnej.
- 2.23 Członkowie rozumieją, że ich odpowiedzialność zawodowa trwa po zakończeniu konkretnej relacji profesjonalnej. Obejmuje ona:
 - Zapewnienie umówionej poufności wszelkich informacji dotyczących klientów i sponsorów.
 - Zapewnienie bezpieczeństwa wszelkim przechowywanym danym i zapisom dotyczącym klienta i sponsora.
 - Unikanie jakiegokolwiek wykorzystywania zakończonej relacji tak, aby nie było najmniejszych podstaw do kwestionowania profesjonalizmu czy profesjonalnej spójności członka ani stowarzyszenia.
 - Przeprowadzenie uzgodnionego „follow up”, czyli uzgodnionych kolejnych działań.

3. Profesjonalne postępowanie

Dbałość o reputację coachingu i mentoringu

- 3.1 Od członków stowarzyszenia oczekuje się zachowania, które w każdej w chwili pozytywnie świadczy i korzystnie wpływa na reputację profesji coacha i mentora.
- 3.2 Członkowie respektują różnorodność występującą wśród coachów, mentorów i innych profesjonalistów coachingu i mentoringu oraz respektują różne podejścia do coachingu i mentoringu.

Uznanie dla prawa do równości i różnorodności

- 3.3 Członkowie będą przestrzegać stanowiska i polityki dotyczącej praw antydyskryminacyjnych wyrażanych przez ich organizację.
- 3.4 Członkowie będą unikać świadomej dyskryminacji bazującej na dowolnej podstawie i będą starać się wzmacniać swoją świadomość obszarów, gdzie pojawić się może dyskryminacja.
- 3.5 Członkowie będą świadomi możliwości istnienia nieuświadomionych uprzedzeń i postarają się, żeby zapewnić ze swej strony podejście oparte na szacunku i otwartości, które obejmuje i bierze pod uwagę wszelkie różnice indywidualne.
- 3.6 Członkowie będą konfrontować się, we wspierający sposób, z kolegami, pracownikami, usługodawcami, klientami, uczestnikami, kiedy ci wydają się zachowywać w sposób dyskryminujący.

- 3.7 Członkowie będą uważali na własny sposób mówienia, pisanie i mowę ciała, żeby uniknąć nieumyślnej dyskryminacji.
- 3.8 Członkowie będą angażować się w działania rozwojowe, które posłużą wzrostowi ich samoświadomości w kwestii przestrzegania prawa do równości i różnorodności.

Naruszenie profesjonalnego postępowania

- 3.9 Członkowie akceptują fakt, że każde ujawnione uchybienie może wywołać sankcję, włączając w to utratę akredytacji i/lub członkostwa w organizacji. Organizacje mogą dzielić się szczegółami sprawy w celu zapewnienia bezpieczeństwa klientowi, utrzymania standardów jakości i dbania o reputację coachingu i mentoringu.
- 3.10 Członkowie zadbają o to, żeby nie składano ani nie sugerowano w żadnych publikacjach, materiałach promocyjnych i nigdzie indziej żadnych fałszywych czy wprowadzających w błąd informacji o ich profesjonalnych kompetencjach, kwalifikacjach czy akredytacji.
- 3.11 Członek ma prawo skonfrontować się z innym członkiem, kiedy ma uzasadnione przekonanie, że ten drugi działa w sposób nieetyczny i, jeśli nie przyniesie to rozstrzygnięcia, złoży raport o tej osobie do organizacji.

Prawne i statutowe zobowiązania

- 3.12 Członkowie są zobowiązani być na bieżąco i przestrzegać wszystkich statutowych i prawnych wymagań w kraju, w którym wykonują pracę, oraz pracować w zgodzie z polityką i procedurami organizacji w kontekście, w którym dochodzi do coachingu czy mentoringu.
- 3.13 Członkowie zachowują właściwe i rzetelne zapisy swojej pracy z klientami i gwarantują, że pozostaną one utajnione, przechowywane bezpiecznie w zgodzie z krajowymi przepisami o ochronie danych osobowych.
- 3.14 W ramach możliwości danego kraju, w którym członkowie działają, będą oni posiadali właściwe ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej obejmujące ich pracę coachingową czy mentoringową.

4. Doskonała praktyka

Zdolność do działania

- 4.1 Członkowie będą posiadali kwalifikacje, umiejętności i doświadczenie niezbędne do zaspokojenia potrzeb swoich klientów i działania w ramach swoich kompetencji. Jeśli to właściwe, członkowie powinni skierować klienta do bardziej doświadczonego albo stosowniej wykwalifikowanego coacha, mentora czy innego profesjonalisty.
- 4.2 Członkowie powinni być w odpowiedniej kondycji zdrowotnej, aby podjąć się praktykowania jako coach czy mentor. Jeśli tak nie jest lub nie są pewni, czy mogą praktykować z powodów zdrowotnych, poszukają profesjonalnego wsparcia. W razie potrzeby czy konieczności coach czy mentor powinni zadbać o zamknięcie procesu z klientem i zapewnić klientowi alternatywne wsparcie.

Ustawiczna superwizja

- 4.3 Aby zapewnić sobie możliwość uczenia się i ustawiczny rozwój profesjonalny, członkowie będą angażować się w regularną praktykę refleksji.
- 4.4 Członkowie będą uczestniczyć w superwizji u odpowiednio wykwalifikowanego superwizora lub w koleżeńskej grupie superwizyjnej z częstotliwością odpowiednią do ich praktyki coachingowej czy mentoringowej, stosownie do wymagań ich organizacji zawodowej i poziomu ich akredytacji.
- 4.5 Członkowie powinni zadbać o to, żeby żadna inna relacja, którą są związani z superwizorem nie zaburzała jakości prowadzonej superwizji.
- 4.6 Członkowie będą dyskutować o wszelkich możliwych dylematach etycznych oraz potencjalnych lub rzeczywistych uchybieniach wobec tego Kodeksu ze swoim superwizorem lub kolegami w grupie superwizyjnej, w celu uzyskania wsparcia lub wskazówek.

Ciągły rozwój zawodowy i refleksja

- 4.7 Członkowie będą regularnie prowadzić praktykę refleksji nad pracą swojego klienta i swoją praktyką coachingową czy mentoringową oraz nad swoim zawodowym i osobistym procesem uczenia się i rozwoju.
- 4.8 Członkowie będą podnosić poziom swoich kompetencji coachingowych i/lub mentoringowych poprzez uczestnictwo w znaczącej i adekwatnej ilości godzin szkoleniowych i/lub ustawicznego kształcenia zawodowego (CPD Continuing Professional Development).
- 4.9 Od członków oczekuje się wniesienia wkładu w życie ich społeczności coachingowej i mentoringowej adekwatnie do poziomu ich ekspertyzy. Może to przybierać różne formy, np. nieformalne wsparcie koleżeńskie, doskonalenie profesji, prowadzenie badań, pisanie tekstów, itd.
- 4.10 Członkowie będą systematycznie oceniać jakość swojej pracy m.in. z wykorzystaniem informacji zwrotnej od klientów i innych zainteresowanych stron.