



ICC Estándares y Ética



Este código proporciona los principios que suscribe la Comunidad Internacional de Coaching, **ICC**. Los principios constituyen un código de acción que dirige el comportamiento basado en valores.

Estos principios se fundamentan en una Ley Común; en otras palabras, no detallan lo que un *coach* debe hacer, sino más bien ofrecen una guía de los principios dentro de los cuales el *coach* puede desenvolverse libremente. El acuerdo de este Código es un prerequisite para obtener la membresía de la ICC. Este código actúa siempre en el contexto de las leyes del país donde el *coach* trabaja.

La Internacional Coaching Community (ICC) no es responsable del trabajo de los *coaches* certificados, ni los supervisa. Los *coaches* certificados son responsables de su propio trabajo y sus resultados. Sin embargo, la ICCI prestará atención a los reclamos en contra de los estándares, si se le hacen saber. Si las quejas son fundadas, el *coach* será eliminado de la lista de *coaches* ICC. Esto es además de cualquier otra acción que pudiera tomar el agraviado en contra del *coach*.

Estándares y ética

Ya que somos interdependientes unos de otros, cada acción tiene dos consecuencias: una a terceros y otra para ti mismo.

Cada acción te cambia a tí tanto como cambia al mundo.

Ética es el conjunto de principios de acción que aplicas a tí mismo. Por lo tanto, la ética no puede ser impuesta desde afuera. La recompensa o la sanción por la ética está dentro de las acciones mismas.

Estándares cubren los principios de acción que aplican a otros. Son los resultados visibles de cómo tus acciones afectan a otros.

Algunos principios éticos también tienen implicancias en los estándares. Por ello, si actúas en forma anti-ética, también dañarás a terceros o actuarás contra sus intereses y eso será visible.

La ética y sus estándares están contruídos sobre las presuposiciones del *coaching*.

En la práctica del *coaching*, los *coaches* ICC actúan considerando como verdades los siguientes supuestos :

- No existe el fracaso, solo retroalimentación.
- El fracaso es sólo un juicio sobre resultados a corto plazo.
- El cliente nunca falla.
- Si quieres entender, actúa.
- Acción es la respuesta, el aprendizaje está en el hacer.
- Ya tenemos todos los recursos que necesitamos o podemos crearlos.
- No hay clientes sin recursos, sólo estados mentales sin recursos.

- La sabiduría más profunda del cliente está esperando ser descubierta.
- Todo comportamiento tiene un propósito.
- Las acciones no son casuales; los clientes siempre están tratando de alcanzar algo, aunque puede ser que ellos mismos no tengan claro qué es lo que buscan.
- Tener una opción es mejor que no tener ninguna.
- Si a los clientes les das una mejor opción de acuerdo a sus valores y creencias, ellos la aceptarán.
- Estás haciendo lo mejor que puedes y, probablemente, lo podrías hacer aún mejor.
- Tú creas tu propia realidad.
- Los clientes operan como si sus mapas mentales fueran reales. Los mapas mentales que ellos crean pueden limitar su potencial más que cualquier restricción real del mundo exterior.
- *Coaching* es una relación sinérgica para ambas partes.
- Si tú piensas que uno y uno solamente suman dos, es solo porque has olvidado el poder de "y".
- El cliente tiene las respuestas.
- El *coach* tiene las preguntas.

Las siguientes normas son sobre ética y estándares, ellas concentran un conjunto de valores y sus comportamientos correspondientes en una serie de principios. Estos valores han demostrado que benefician a todos, tanto al interior como al exterior de la Comunidad.

La comunidad acepta estos principios y las restricciones que implican por consenso, sin este consenso serían imposibles de mantener. Esperamos que todos los *coaches* ICC actúen éticamente y practiquen y respalden los siguientes estándares en su trabajo de coaching.

Principios Éticos

1. Confianza

En el corazón de cada relación de *coaching* está la confianza. El cliente debe confiar en el *coach* para que el trabajo de *coaching* le dé el mayor beneficio posible. La confianza se construye a través del tiempo; el *coach* debe demostrar que es digno de ella a través de un trabajo competente e íntegro.

Competencias

- El *coach* da lo mejor de su capacidad con cada cliente.
- El cliente actuará al máximo de su habilidad.
- El *coach* demuestra sus [competencias fundamentales](#).

- El *coach* hace esfuerzos para estar actualizado con los progresos en la metodología del *coaching*.
- El *coach* conoce su nivel de habilidades y trabaja permanentemente para mejorar sus destrezas.
- El *coach* está **consciente** de sus problemas personales y se asegura de que no afectarán la 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 estas dificultades causan problemas con sus clientes, el *coach* deberá considerar limitar o terminar sus actividades de *coaching*.

Integridad

- El *coach* cumple sus promesas, actúa responsablemente y ayuda a la comunidad social más amplia de la que forma parte.
- El *coach* actúa consistentemente y respeta sus acuerdos.
- El *coach* conserva el material de los clientes en estricta confidencialidad, con la excepción de que el cliente lo autorice o sea requerido por la ley.

2. Respeto al cliente

- El *coach* trata al cliente con dignidad y respeto.
- El *coach* nunca toma ventaja del cliente en el aspecto personal, sexual o financiero.
- El *coach* obtiene la autorización de cada uno de sus clientes antes de divulgar su nombre como cliente o referencia.
- El *coach* no debe imponer al cliente sus propias creencias, valores o puntos de vista.

3. Honestidad

- El *coach* debe estar consciente de su nivel de habilidad y calificaciones y los anuncia, promueve y presenta de una manera honesta.
- El *coach* solo aceptará a los clientes cuando esté seguro de que existe una coincidencia entre sus habilidades y las necesidades de esos clientes.

4. Respeto profesional

- El *coach* no hará nada que dañe la comprensión general o la aceptación del *coaching* como profesión.
- El *coach* no demanda ni implica resultados de *coaching* que no pueda garantizar.

Estándares de la ICC

Estas normas rigen a todos los miembros profesionales de la ICC. Establecen estándares mínimos de la práctica que deben ser seguidos por los miembros, y los *coaches* pueden proporcionar sus servicios solamente dentro del contexto de los estándares de la ICC.

1. Competencias

- Los *coaches* darán lo mejor de sus conocimientos y habilidades a cada uno de sus clientes y demostrarán sus [competencias fundamentales](#) en *coaching*.
- Se esforzarán por conocer las mejores prácticas actuales de negocios, nuevas tecnologías, requisitos legales y estándares relacionados con la profesión de *coaching*.
- Deberán mejorar y ampliar sus conocimientos por medio de la lectura, el contacto directo y el entrenamiento.
- Los *coaches* estarán siempre al tanto de sus habilidades, fortalezas y limitaciones. Solamente aceptarán trabajos que ellos mismos piensen que están capacitados para enfrentar.
- No afirmarán lo que congruentemente no pueden hacer, no se atribuirán habilidades, credenciales o profesiones que no sustentan, ni permitirán que otros afirmen en su favor, ya sea en documentos por escrito o declaraciones verbales.

2. Respeto a los clientes

- El *coach* deberá respetar los derechos de los otros a tener opiniones y creencias diferentes de las propias. No deberá argumentar que sus propias creencias y valores u opiniones son correctos.
- Al comienzo de la relación, el *Coach* se asegurará por todos los medios que el cliente comprenda bien el Contrato de Coaching entre los dos.
- Bajo ninguna circunstancia, el *coach* discriminará a sus clientes bajo ninguna base.
- Bajo ninguna circunstancia, el *coach* tomará ventaja de sus clientes en el aspecto personal, sexual o financiero.
- El *coach* obtendrá la autorización de cada uno de sus clientes antes de divulgar su nombre como cliente o referencia.
- El *coach* respetará todos los acuerdos y promesas hechos a los clientes.

3. La profesión del *coaching*

- Los *coaches* respetarán los derechos de terceros en *copyright*, propiedad intelectual, marcas registradas y patentes. Reconocerán las contribuciones de otros donde sea apropiado.
- Los *coaches* no se involucrarán en ninguna actividad que pueda desprestigiar la profesión de *coaching*. Si saben del uso inadecuado o representación equivocada de su trabajo, deberán tomar las medidas adecuadas para corregirlo.

4. Confidencialidad y conflicto de intereses

- 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 daño inminente a otros. Este material puede originarse en entrevistas ya sea en persona o por teléfono, computador o mensajes de voz.
- Hasta donde sea posible, un *coach* no contraerá obligaciones en situaciones en que haya relaciones preexistentes que pudieran causar conflicto de intereses. Si éstos se presentan, el *coach* hará lo mejor posible para resolverlos dentro del marco de las normas y los estándares éticos de la ICC.
- Los *coaches* pueden utilizar material de clientes en capacitaciones o materiales escritos, siempre y cuando el cliente no pueda ser identificado.
- Los *coaches* revelarán al cliente todos los honorarios que reciban de terceros como resultado de referencias o de consejos que puedan dar con relación a aquel cliente.
- En situaciones en que sea apropiado profesionalmente, los *coaches* pueden cooperar con otros profesionales para ayudar mejor a su cliente, siempre con la autorización del cliente.
- Cuando le soliciten al *coach* que dé servicios a personas u organizaciones por medio de una tercera persona, deberá evaluar cuidadosamente a los dos (cliente y tercera persona) y determinar que no hay conflicto de intereses respecto a los diferentes papeles del *coach* y los problemas de confidencialidad.
- Es posible que la persona que contrata a un *coach* no sea el cliente (por ejemplo, cuando una empresa contrata y paga un *coach* para un ejecutivo o varias personas de la empresa). En esos casos, el *coach* debe dejar en claro, tanto con el cliente como con el contratante que paga el servicio, la retroalimentación que obtendrán, qué se entregará al contratante y qué resultados espera el contratante.
- El *coach* debe asegurarse de que exista un acuerdo entre el *coach*, el cliente y el contratante y, por ningún motivo, romper la confidencialidad y la confianza del cliente. Si no hay acuerdo de alguna de las partes, el *coach* debe rechazar el trabajo.

5. Retroalimentación y progreso

- Los *coaches* acordarán etapas razonables para medir el progreso de sus clientes. Si el cliente no está progresando, deberán discutirlo abiertamente con él como parte de la relación del *coaching*.
- Los *coaches* crearán y mantendrán un registro apropiado del trabajo con sus clientes para cumplir con los requisitos profesionales y legales.
- Si es relevante, los *coaches* derivarán a sus clientes a otros profesionales, como consejeros, terapeutas o médicos, cuando sepan de un problema que necesite tal tratamiento.
- Los *coaches* siempre buscan evitar daño o peligro para ellos mismos, sus clientes u otros en su trabajo.
- Cuando hay una interrupción en el *coaching*, el *coach* hará los esfuerzos necesarios para que esto no afecte al cliente. Si la interrupción es prolongada, es conveniente encontrar un *coach* interino dentro de la ICC.

- La relación de *coaching* se termina por acuerdo entre el *coach* y el cliente, por lo general al final del contrato prepago. Si el contrato es terminado por el *coach* antes del plazo fijado, éste deberá devolver los honorarios pagados por adelantado correspondientes a las sesiones que no se efectuarán. Si el contrato es finalizado por el cliente antes de su vencimiento, éste pagará los honorarios como se había establecido previamente.

6. Honorarios

- El *coach* deberá informar claramente al cliente acerca de la logística, los honorarios y la programación de la relación de *coaching*.
- El *coach* está en libertad de cobrar los honorarios que quiera. Deberá informar estos honorarios lo antes posible en la relación de *coaching*.
- Si se presenta un problema en el pago de los honorarios, el *coach* deberá tomar las medidas necesarias para discutirlo por adelantado y decidir junto con el cliente qué hacer. Si el cliente no paga, *el coach* puede tomar medidas legales para cobrar los honorarios pendientes.