

CÓDIGO ÉTICO de Coaching Madrid

1.- INTRODUCCIÓN

El coaching es la aplicación del método socrático, revelado como un nuevo método de comunicación que lleva más de veinte años operando en EE.UU. y aproximadamente diez años en otros países como Inglaterra y Francia. Importantes estudios de mercado muestran resultados espectaculares sobre el éxito –tangible y “medible”- que supone incorporar el coaching a la vida personal y/o profesional.

Cuando se fundó **Coaching Madrid**, en España el coaching era una disciplina muy nueva. Por un lado, observamos la necesidad de que las escuelas de formación tuviésemos en cuenta nuestra idiosincrasia, primero como españoles y después como europeos. Por otra parte, vimos que nos encontrábamos ante un valioso método, una extraordinaria herramienta de comunicación, poco conocida por el público general y muchas veces malentendida o adulterada por lo que nosotros llamamos “falta de información emocional”; es decir, por la falta de experiencia directa.

Estas realidades despertaron nuestra responsabilidad en el marco del coaching y de su ética profesional, y así fue como descubrimos nuestro objetivo: prepararnos como coaches y formadores y crear una empresa de servicios de coaching que además contase con su propia Escuela. Este objetivo lo hicimos realidad en el año 2004 y se llama **Coaching Madrid**.

Como sabemos lo que suele ocurrir con las nuevas disciplinas, reconocimos la necesidad de proteger el coaching, evitando que se desvirtuase, con la elaboración de un **Código Ético** que diese marco a la visión y la misión de las escuelas que defienden e imparten el verdadero coaching socrático. “Adoptamos y adaptamos” los códigos éticos de dos grandes instituciones internacionales: la I.A.C. (Internacional Association of Coaches) y la I.C.F. (International Coaching Federation), y rescatamos y unificamos de ellos lo que consideramos más importante, teniendo en cuenta que ambas instituciones observan en sus códigos pautas comunes y muy valiosas para el ejercicio del coaching, y otras pautas y principios que nos parecían igual de valiosas, y que no eran comunes o no estaban expresadas en ambas instituciones.

El Código Ético de **Coaching Madrid** ha querido integrar esas pautas, a las que hemos añadido otras propias, teniendo en cuenta aspectos que creemos que deben ser también contemplados, y que nuestra experiencia ha revelado importantes para regular el ejercicio y la formación del coaching en España. **Coaching Madrid** ha desarrollado este Código Ético, como una herramienta esencial para reconocer, distinguir y defender al máximo la ética profesional del coaching. Hemos adaptado el

coaching a nuestra cultura y a la realidad de nuestro país, extremando en todo momento el cuidado de mantener intactos los valores y la filosofía propios de la ética y estética de nuestra profesión.

Coaching Madrid considera que disponer de un código ético de alto nivel y de elevado rigor profesional es crucial, especialmente en un momento como el que estamos viviendo, en el que la práctica profesional de coaching está en constante crecimiento. Son cada vez más los individuos involucrados en proyectos y procesos de coaching, siendo necesaria la protección de los intereses y derechos de las personas.

El **Código Ético de Coaching Madrid** se establece con los siguientes propósitos:

- Dar a conocer los fundamentos, la filosofía y los valores éticos que sustentan la profesión del coaching.
- Establecer los principios básicos: la sintonía, la confianza, la lealtad, el respeto, la confidencialidad y la apertura.
- Ofrecer una visión lo más clara posible de nuestra profesión y de los cánones por los que nos regimos los coaches profesionales.
- Compartir con otros el coaching que nos mueve y entusiasma a tantos, así como los principales aspectos que lo engloban.

2.- NUESTRA FILOSOFIA

El coaching que **Coaching Madrid** apoya, respeta y enaltece, es aquél que cree en la grandeza del ser humano y que ayuda a desarrollar la mejor versión de uno mismo. **Coaching Madrid** reconoce y defiende que el ser humano, como individuo independiente, sea tratado como el principal beneficiario del proceso o plan de coaching.

Coaching Madrid honra y respeta al cliente de coaching como el experto en su vida personal y profesional. Creemos que toda persona es potencialmente ingeniosa, creativa y completa en sí misma.

3.- EL COACHING

Coaching Madrid suscribe que:

El coaching es un método de comunicación interpersonal, basado en el método socrático o mayéutica. Responde a un poderoso sistema, dotado de valores humanos, de enfoque positivo y constructivo, y de otros muchos y valiosos recursos, encaminados a ayudar a las personas a mejorar su calidad de vida en cualquier ámbito, considerando imprescindible tener en cuenta las particularidades culturales de cada colectivo.

El coaching profesional es un proceso de interacción comunicativa en la que el coach ayuda al coachee (o cliente) a descubrir quién es, qué quiere, para qué lo quiere, y el modo más efectivo y grato de alcanzarlo. Consiste también en dejar de vivir la vida como un “ensayo” y disponerse a la acción; abrirse a nuevas perspectivas, encontrando el sentido, fomentando el propio disfrute, la ligereza, el sentido del humor, el desarrollo personal,...y otros múltiples factores considerados como benéficos para las personas.

El proceso de coaching se compone de una serie de sesiones. La duración y frecuencia del proceso se establece de mutuo acuerdo entre el coach y el coachee, siendo el coach responsable de que dichos parámetros se ajusten al máximo al ritmo del coachee y fomenten su autonomía. En cada sesión, el cliente elige el tema de la conversación, mientras el coach escucha y contribuye con observaciones y preguntas. El coach puede ofrecer alguna sugerencia, pero sólo cuando su interlocutor lo solicite porque precise apoyo, o el coach perciba y compruebe que es necesario aportar algunas opciones para facilitar la marcha del proceso. Entendemos que estos casos deben ser excepcionales. El coach se abstiene de dar consejos o de dirigir las elecciones y decisiones de sus coachees.

Durante las sesiones de coaching, coach y coachee entran en una “sintonía común” que creemos que es la clave fundamental del éxito probado de este método. A través de la escucha completa, de la confianza y de la atención total en el otro, evitando los juicios propios y apoyándose en el poder de las preguntas, el coach potencia la comprensión y la toma de conciencia de su interlocutor. El coaching es una gran experiencia, siempre clara de sentir y –quizá por su sencillez- difícil de transmitir sólo con palabras.

Esta interacción crea claridad y posibilita que el cliente actúe en consecuencia. El coaching acelera el progreso, dando mayor enfoque y posibilidades de elección. El coach se concentra en dónde se encuentra su cliente ahora, y en lo que quiere hacer para lograr lo que se propone. Afirmamos que los resultados obtenidos dependen de las intenciones, elecciones y acciones del cliente, apoyado siempre por su coach y el proceso de coaching. Los avances y éxitos son siempre del cliente (no del coach) que los conserva para sí y para siempre. El coach fomenta la independencia, el crecimiento y la autonomía del ser humano.

Todo el texto de este Código está centrado en el espíritu de cada planteamiento, y no meramente en la palabra. El compromiso y las acciones posteriores, sesión tras sesión, son los que acercan al coachee a sus resultados, muchas veces extraordinarios.

Durante el proceso de coaching, la responsabilidad del coach hacia su cliente consiste en:

- Respetar su identidad y particularidades individuales en todo momento.
- Descubrir, aclarar y matizar lo que quiere lograr.
- Ayudarle a descubrirse a sí mismo.

- Inspirar, motivar y valorar tanto su persona como sus cualidades y habilidades.
- Guiarle para que halle sus propias soluciones y estrategias. No aportar respuestas.
- Fomentar su responsabilidad consigo mismo y hacia su vida y decisiones.

Las personas que han experimentado el coaching a través de un proceso propio, generalmente se vuelven más responsables de sus decisiones, afirman experimentar un interesante desarrollo personal, descubren valiosos recursos propios, aumentan su rendimiento y mejoran su calidad de vida.

4.- CÓDIGO ÉTICO

Este Código se ajusta a los fundamentos éticos y morales que son patrimonio de la humanidad, aplicables a los profesionales del coaching, y está basado en los principios humanos que nos enaltecen a todos y que son comúnmente reconocidos. En términos específicos, el coaching reconoce la necesidad de velar por los intereses de los *coachees* (clientes) y por su correcto desarrollo. Este Código no pretende detallar lo que un coach ha de hacer, sino que enmarca unos principios dentro de los cuales el coach puede desenvolverse libremente y con total naturalidad.

Todos los coaches formados y acreditados por **Coaching Madrid**, aceptan y respetan este Código como un requisito para el ejercicio del coaching. Este código siempre está sujeto a las leyes del país donde el coach desempeñe su labor.

ESTÁNDARES GENERALES

Declaración de Intenciones y Principios de los coaches y facilitadores de coaching, formados en **Coaching Madrid:**

- Ofrezco los servicios de coaching dentro de los límites de mi competencia, basándome en mi preparación, entrenamiento y experiencia profesional.
- Me oriento de manera tal que reflejo el coaching como una profesión, y me abstengo de realizar cualquier acción que pueda dañar la comprensión del público y la aceptación del coaching como una profesión.
- Me reafirmo en que son los clientes quienes tienen las respuestas a sus asuntos.
- Me aseguro del avance y progreso de quien me contrata, y si no es así, estudio con mi cliente la mejor forma de resolver la situación.
- Evito mis propias proyecciones personales, incluidos los consejos explícitos o implícitos, y mis juicios a la hora de hacer coaching.
- Evito fomentar cualquier tipo de dependencia por parte de mis coachees promoviendo, por el contrario, la confianza en sus propias habilidades.
- Actúo con integridad, responsabilidad, claridad y sinceridad con mis clientes de coaching y velo por sus intereses y derechos.

- Como coach respeto los puntos de vista, valores, actitudes y opiniones diferentes que tengan mis coachees.
- Promuevo en mis *coachees* la toma de conciencia, la responsabilidad personal, el compromiso y la acción.
- Me inclino a ver los problemas como oportunidades, aprovechando lo que la vida pone a nuestro alcance. Construyo desde el presente, dirigido por la visión más positiva y enriquecedora posible. Comparto esta filosofía de coaching con mis clientes.
- Como coach construyo claros acuerdos confidenciales.
- Me mantengo informado/a sobre las nuevas tecnologías, prácticas, requisitos legales y normas concernientes a la profesión de coaching.
- Me abstengo de asumir obligaciones profesionales cuando exista conflicto de intereses con respecto a mis coachees.
- Me manifiesto en contra de cualquier forma de discriminación injusta que afecte al ser humano.
- Reconozco y valoro los esfuerzos y contribuciones de mis clientes, colegas y otros profesionales.
- Respeto la creatividad de otras personas, nombrando al autor cuando menciono algún planteamiento ajeno o cuando hago uso de materiales cedidos por otros. Promociono como materiales propios los que han sido creados por mí.

Juramento de Ética Profesional del Coach:

Como coach prometo acatar el Código Ético de **Coaching Madrid** en todos sus puntos y principios, y tratar a las personas con dignidad, como seres independientes y libres. Me comprometo a compartir este código con las personas que practican el coaching o están interesadas en él. Soy consciente de mi responsabilidad ante la Escuela de **Coaching Madrid** y asumo que cualquier tipo de violación cometida puede conllevar la pérdida de mi Acreditación.

ÉTICA DE COACHING MADRID

Estas normas son para todos los alumnos de **Coaching Madrid** que ejercen como coaches. Establecen los estándares para la práctica de coaching y se exigirá su riguroso cumplimiento. **Coaching Madrid** sólo reconoce como coaches a quienes ofrezcan sus servicios dentro del contexto de los siguientes estándares.

1. Confianza

En el corazón de cada relación de coaching existe la confianza mutua entre coach y coachee. El cliente confía en el coach y de esta manera saca el mayor beneficio del coaching. El coach inspira esa confianza y es digno de ella.

Para ser digno de confianza el coach debe demostrar *capacidad e integridad*.

Capacidad

El coach:

- Ofrecerá lo mejor de sus conocimientos y habilidades a cada uno de sus clientes, y sólo aceptará un proceso de coaching remunerado cuando su experiencia demuestre que es capaz de llevarlo a cabo con éxito.
- Conoce su nivel de habilidades y siempre quiere seguir aprendiendo y mejorando.
- Se esfuerza por mantenerse al día en cuanto a los progresos en la metodología del coaching, así como los requisitos legales y estándares relacionados con esta profesión.
- Trabaja para ampliar sus conocimientos a través de la lectura, grupos de estudio, práctica, entrenamiento, reciclaje, etc.
- Elige o no iniciar una relación de coaching con un cliente que está recibiendo psicoterapia u otra terapia para la salud mental. El criterio por el que se regirá para tomar esta decisión será el bienestar del cliente. Una vez tomada la decisión e iniciado el proceso, se llevará a cabo según la estructura del coaching y en el tiempo y márgenes establecidos en acuerdo previo por escrito.
- Conoce sus propios problemas personales y se asegura de que no afecten negativamente su práctica profesional de coaching. En este sentido, si es necesario, el coach obtendrá ayuda profesional, ya sea con otro coach o con el profesional adecuado, para que sus circunstancias no interfieran en su labor como coach.
- Reconoce su limitación para formar a otros coaches si no ha recibido expreso entrenamiento para ello, y recomienda a quien lo solicite la formación y/o escuela de coaching que merezca su confianza.

Integridad

El coach:

- Deberá hacerse consciente de su nivel de habilidad y calificaciones, y anunciarlas, presentarlas y/o promoverlas de manera honesta.
- Actúa consistentemente y respeta sus compromisos.
- No se implica sexualmente con sus clientes actuales.
- Conserva el material de los clientes con estricta confidencialidad, con excepción de que el cliente lo autorice o que sea requerido por la Ley.
- Procurará encontrar alternativas en el caso de que se produzca cualquier interrupción de los servicios de coaching.

- Está comprometido a informar a las autoridades si un cliente está dañando o poniendo en peligro a otra persona o grupo. El coach hará todo lo posible por notificárselo también al cliente en cuestión, sin perjuicio de su integridad personal.
- Se esfuerza por hacer declaraciones correctas y sin ambigüedad cuando se refiere a otras personas. En ningún caso hará declaraciones falsas (formación, experiencia, honorarios, etc.)

2. Respeto al cliente

- El coach tratará a sus clientes con dignidad y respeto.
- Explicará la estructura del proceso de coaching y sus honorarios antes de la primera sesión remunerada con un cliente.
- Aceptará y protegerá la libertad, la individualidad y los deseos del cliente, siempre dentro del marco del mutuo acuerdo.
- Obtendrá la autorización de cada uno de sus clientes antes de divulgar su nombre como cliente o referencia.
- No impone al cliente sus propias creencias, valores o puntos de vista.
- Deberá respetar los derechos de los otros a tener opiniones y creencias diferentes de las propias, y no argumentar que sus propias opiniones y creencias son las correctas.
- Cumplirá todos los acuerdos que establezca con sus clientes.

4. Respeto Profesional

- El coach no asegurará ni prometerá resultados de coaching que no pueda garantizar.
- El coach respeta su profesión y defiende el nombre del coaching ante cualquier uso distorsionado o malintencionado.
- El coach respeta a los demás profesionales del coaching y no interfiere en un proceso iniciado con otro coach, hasta que no sé de por finalizado según acuerdo pertinente.
- En los casos en los que tenga cualquier sospecha o evidencia de una enfermedad mental o de cualquier otro tipo, recomendará al cliente contactar con un especialista reconocido profesionalmente (médico, psicólogo o psiquiatra). El proceso de coaching es absolutamente compatible con cualquier tratamiento o psicoterapia.

5. 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 pertinente.
- No se involucrarán en ninguna actividad que pueda desprestigiar la profesión de coaching.

- Antes del inicio del proceso de coaching, el coach y su cliente firmarán un acuerdo que contemple los siguientes puntos:
 - Compromisos del coach.
 - Compromisos del coachee.
 - Plazos y logística del proceso.
 - Honorarios del coach y forma de pago.

6. Confidencialidad y conflicto de intereses

- El coach respeta el derecho a la privacidad del cliente. No solicita información privada a menos que sea esencial.
- Es fundamentalmente prudente y protege la intimidad de las personas con las que trabaja o mantiene procesos de coaching. Conservará toda la información de sus clientes de manera confidencial, a menos que sea autorizado por los clientes o sea requerido por la ley.
- Tomará precauciones para asegurar y mantener la confidencialidad de la información comunicada por el *coachee* a través del teléfono, ordenadores, correo postal o electrónico, mensajería instantánea, fax, o cualquier otro medio tecnológico de comunicación.
- El coach puede utilizar información relativa a clientes, en eventos públicos o materiales escritos, siempre y cuando no se desvele la identidad del cliente ni sea posible identificarlo de ninguna manera.
- Cuando lo consideren apropiado, los coaches pueden cooperar con otros profesionales en beneficio de su cliente, y siempre con su autorización expresa.
- Cuando el coach sea contratado a través de un tercero para ofrecer sus servicios a personas u organizaciones, deberá haber evaluado previamente con dicho intermediario la ausencia de cualquier conflicto de intereses o problema de confidencialidad, salvaguardando los intereses del destinatario último de los servicios. .

7. Honorarios

- El coach deberá informar claramente al cliente la logística, honorarios y programa de la relación de coaching.
- El coach se reserva el derecho y la libertad de cobrar los honorarios que le parezcan razonables. Deberá informar de estos honorarios a sus clientes lo antes posible.
- Por lo general, la relación de coaching finaliza al término del proceso que se haya acordado en el contrato. Si por alguna causa el coach finalizara el proceso antes de completar las sesiones contratadas, habiendo respetado el coachee los compromisos establecidos en el acuerdo, el coach deberá devolver los honorarios recibidos, correspondientes a las sesiones restantes. Si el contrato lo finaliza el cliente antes de su cumplimiento, habiendo respetado el

coach sus compromisos, el cliente no tendrá derecho a recuperar los honorarios reflejados en el acuerdo.

8. Formación de coaching

Los coaches que también son formadores (o facilitadores) de coaching:

- Se aseguran de proporcionar al alumno los materiales necesarios para el aprendizaje.
- Se cercioran de que sus alumnos estén informados sobre este Código Ético.

9. Investigación y Publicación

- Los coaches que desarrollen proyectos de investigación, diseñarán y dirigirán la investigación dentro de las normas científicas reconocidas.
- La investigación sobre el coaching se llevará a cabo con el fin de hallar información que beneficie la calidad de vida del ser humano.
- Para la publicación de cualquier proyecto de investigación, se obtendrá consentimiento de los participantes de la investigación o de las instituciones organizadoras.
- No se requiere aprobación de los participantes en el caso de las encuestas anónimas.
- Si se remunera a los participantes, dicha remuneración no será excesiva o impropia.
- Los coaches aportarán sólo información fidedigna sobre los resultados de una investigación.

