

GLOBAL CODE OF ETHICS **GLOBALNY KODEKS ETYCZNY** **dla coachów, mentorów i superwizorów**

Wprowadzenie oraz cel

Jako stowarzyszenia opierające się na dobrowolnym członkostwie jesteśmy zaangażowani w utrzymywanie i promocję najlepszych praktyk coachingu, mentoringu oraz superwizji, która aktualnie podlega intensywnej profesjonalizacji. Wszyscy członkowie naszych organizacji, występując w roli coacha, mentora, superwizora, trenera i/lub studenta, w ramach swojego członkostwa zgadzają się na postępowanie w zgodzie z zapisami i zasadami tego Kodeksu Etycznego.

Ten Kodeks Etyczny nawiązuje do treści i wymagań stawianych przez Profesjonalną Kartę Coachingu i Mentoringu (2011). Karta ta została spisana w zgodzie z prawem Unii Europejskiej. Jest zarejestrowana w bazie danych UE, zawierających listę inicjatyw dotyczących samoregulujących się branż w Europie.

Kodeks jest bardziej dokumentem z zaleceniami i wskazówkami niż dokumentem prawnym zobowiązującym szczególnie członków do tego, co mogą, a czego nie mogą robić. Globalny Kodeks Etyczny ustanawia oczekiwania wobec najlepszych praktyk w zakresie coachingu, mentoringu i superwizji oraz promuje rozwój najwyższej jakości profesjonalnej. Celem Kodeksu Etycznego jest:

- Dostarczenie adekwatnych wskazówek, odpowiedzialności oraz 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.
- Bycie podstawą do skarg lub postępowania dyscyplinarnego oraz wszelkich działań wynikających z istniejących w naszych organizacjach procedur skarg i zażaleń.

Każdy z sygnatariuszy Kodeksu może zdecydować o tym, że potrzebuje uzupełnić Kodeks dodatkowymi zasadami etycznymi i/lun kodeksem postępowania (aby oddać kontekst, działalność, kryteria członkowskie, strukturę członkostwa, etc.), samodzielnie kreując kompletne ramy etyczne specyficzne dla swojej organizacji.

Taki dodatkowy dokument nie może stać w sprzeczności z istotą Kodeksu, ani nieść ze sobą obowiązku podporządkowania się mu przez pozostałych sygnatariuszy. Dokumenty te muszą być przedstawiane do wiadomości pozostałym sygnatariuszom w ramach stałej wymiany opartej na współpracy pomiędzy nimi jako organizacjami branżowymi.

Kodeks Etyczny

Kodeks Etyczny podzielony jest na pięć części, które obejmują ogólne oczekiwania naszych organizacji w stosunku do profesjonalnego zachowania i postępowania, a także listę wszystkich dotychczasowych sygnatariuszy tego Kodeksu Etycznego.

1. Terminologia
2. Praca z klientami
3. Profesjonalne postępowanie
4. Doskonała praktyka
5. Sygnatariusze Globalnego Kodeksu Etycznego.

1. Terminologia

a) Ze względu na niezbędną skrótowość Kodeks odnosi się odpowiednio do:

- klientów coachingu, mentoringu, superwizji i studentów, kiedy mowa jest o „klientach”
- coachów, mentorów, superwizorów i trenerów, kiedy mowa jest o „członkach-praktykachach” lub „członkach”
- działalności coachingowej, mentoringowej i superwizyjnej, kiedy mowa jest o „pracy profesjonalnej”
- coachingu, mentoringu i superwizji, kiedy mowa jest o „zawodzie/profesji”.

b) Sygnatariusze Kodeksu mają świadomość, że terminy “profesja” i “profesjonalny” są tu używane dla działalności niepodlegających ustawowym regulacjom, lecz będących w trakcie procesu profesjonalizacji branży na zasadzie samoregulacji.

c) Sygnatariusze Kodeksu są świadomi, że tytuły “coach”, „mentor”, „superwizor” nie są prawnie chronione i mogą być używane przez jakiegokolwiek praktyka, zarówno członka, jak i nie-członka organizacji branżowej.

d) Każda z organizacji określi we własnym zakresie, którzy członkowie lub inni interesariusze powinni przestrzegać Kodeksu (w tym dokumencie są oni wszyscy określani jako członkowie).

e) Żeby prawidłowo rozumieć zapisy tego Kodeksu członkowie powinni być świadomi wewnętrznych definicji i terminologii swoich własnych organizacji, które precyzują znaczenie takich kluczowych określeń użytych w Kodeksie, jak np. coach, coaching, klient, członek, mentor, mentoring, sponsor, superwizor, superwizja i szkolenie.

2. Praca z klientami

Kontekst

2.1 W czasie pracy profesjonalnej z klientami członkowie podejmą wszelkie możliwe starania, żeby postępować w zgodzie z tym Kodeksem, pozostając zaangażowani w osiąganie poziomu usługi zgodnie z uzasadnionymi oczekiwaniami stawianymi profesjonalście.

Kontrakt

- 2.2. Zanim praca z klientem zostanie rozpoczęta, członkowie udostępnią Kodeks klientowi oraz 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, mentoringowego, czy superwizyjnego z uwzględnieniem uzgodnień finansowych, logistycznych i dotyczących zasad poufności.
- 2.4. Członkowie wykorzystają całą swoją wiedzę i doświadczenie profesjonalne, żeby zrozumieć oczekiwania klientów i sponsorów procesu oraz by osiągnąć zgodę co do planu, w jaki sposób zamierzają te oczekiwania spełnić. Członkowie podejmą też starania, żeby wziąć pod uwagę potrzeby i oczekiwania innych zainteresowanych stron.
- 2.5. Członkowie będą przedstawiali w jawny sposób metody, które stosują. Na życzenie będą gotowi, żeby przedstawić klientowi i sponsorowi informacje o aktywnościach, w których klient uczestniczy.
- 2.6. Członkowie zadbają o to, żeby długość kontraktu była właściwa dla osiągnięcia celów klienta i celów sponsora oraz będą aktywnie pracować nad tym, aby wzmacniać u klienta niezależność i poleganie na sobie.
- 2.7. Członkowie zadbają o takie okoliczności („setting”), w których odbywa się coaching, mentoring, superwizja czy szkolenie, aby zapewnić optymalne warunki do uczenia się i refleksji i w ten sposób zapewnić wyższe prawdopodobieństwo osiągnięcia celów ustalonych w kontrakcie.
- 2.8. Członkowie powinni zawsze stawiać na pierwszym miejscu interes klienta, ale jednocześnie troszczyć się o to, żeby ten interes nie szkodził interesowi sponsora.

Spójność

- 2.9. Członkowie będą rzetelnie i uczciwie prezentować klientom, sponsorom i kolegom swoje kwalifikacje profesjonalne, przynależność do organizacji branżowych, doświadczenie, szkolenia, certyfikaty i akredytacje.
- 2.10. Rozmawiając z jakimkolwiek interesariuszem, rzetelnie i uczciwie przedstawią potencjalną wartość, której dostarczają jako coachowie, mentorzy i superwizorzy.
- 2.11. Członkowie zapewnią, że nie przedstawiają ani nie sugerują żadnej fałszywej ani wprowadzającej w błąd informacji na temat swoich zawodowych kompetencji, kwalifikacji czy akredytacji w żadnych

publikacjach, materiałach promocyjnych czy gdziekolwiek indziej. Członkowie będą przypisywać autorstwo pracy, idei czy materiałów właściwemu autorowi i nie będą przedstawiać cudzych prac jako swoich.

- 2.12. Członkowie będą działać w ramach prawa i w żaden sposób nie będą zachęcać, asystować czy mieć związku z postępowaniem, które jest nieuczciwe, bezprawne, nieprofesjonalne czy dyskryminujące.

Poufność

- 2.13 Pracując z klientami, członkowie utrzymają w najściślejszej tajemnicy wszystkie informacje klienta i sponsora, chyba że udostępnienia tych informacji wymaga prawo.
- 2.14 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 będą uzyskiwać zgodę na takie ograniczenia tam, gdzie to możliwe, chyba że przekazanie informacji jest wymagane przez prawo.
- 2.15 Członkowie będą przechowywać i dysponować odpowiednimi i zgodnymi z prawdą zapisami dotyczącymi ich pracy z klientami, w tym plikami i wiadomościami elektronicznymi w sposób, który uwzględni poufność, bezpieczeństwo i ochronę prywatności i pozostaje w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa i uzgodnieniami, które obowiązują w związku z ochroną danych i prywatności w ich krajach.
- 2.16 Członkowie prześlą klientom informację, że poddają się superwizji i wskażą, że klient może być anonimowo wspomniany w tym kontekście. Klient powinien uzyskać zapewnienie, że relacja superwizyjna jest sama w sobie relacją poufną.
- 2.17 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

- 2.18 Członkowie ponoszą odpowiedzialność za ustanowienie i utrzymanie jasnych, właściwych i uwzględniających kwestie kulturowe granic, które dotyczą wszelkich interakcji z klientami i sponsorami – na żywo i wirtualnie.
- 2.19 Członkowie będą unikać jakichkolwiek uczuciowych czy seksualnych relacji z aktualnymi klientami i sponsorami. 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 intymności, lub zakończą zlecenie w celu zapewnienia klientowi odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa.

Konflikt interesów

- 2.20 Członkowie nie będą wykorzystywać klienta, ani osiągać niewłaściwych korzyści - finansowych i niefinansowych - z relacji z nim.

- 2.21 W celu uniknięcia jakiegokolwiek konfliktu interesów, członkowie będą rozróżniać relację profesjonalną od innych typów relacji.
- 2.22 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 nie ponieśli z tego powodu szkody.
- 2.23 Członkowie będą brać pod uwagę ewentualny wpływ relacji z jednym klientem na relację z innym klientem i dyskutować o potencjalnym konflikcie interesów z osobami zaangażowanymi.
- 2.24 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

- 2.25 Członkowie będą respektować prawo klienta do zakończenia procesu w dowolnym momencie, uwzględniając postanowienia zawarte w kontrakcie coachingowym, mentoringowym czy superwizyjnym.
- 2.26 Członkowie zachęcą klienta czy sponsora do przerywania procesu coachingowego, mentoringowego czy superwizyjnego, jeśli jasne stanie się, że klient czy sponsor skorzystaliby bardziej, pracując z innym praktykiem, czy też korzystając z innego rodzaju pomocy profesjonalnej.
- 2.27 Członkowie rozumieją, że ich odpowiedzialność zawodowa trwa po zakończeniu konkretnej relacji profesjonalnej. Obejmuje ona:
- Zapewnienie poufności wszelkich informacji dotyczących klientów i sponsorów.
 - Zapewnienie bezpieczeństwa wszelkim przechowywanym danym i zapisom dotyczącym klienta i sponsora w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa i uzgodnieniami, które obowiązują w związku z ochroną danych i prywatności w ich krajach.
 - Unikanie jakiegokolwiek wykorzystywania zakończonej relacji tak, aby nie było najmniejszych podstaw do zakwestionowania profesjonalizmu czy spójności członka-praktyka czy samej branży.
 - Przeprowadzenie uzgodnionego „follow up”, czyli uzgodnionych kolejnych działań.
- 2.28 Członkowie muszą dysponować możliwością przekazania innemu praktykowi bieżących klientów i dokumentów ich dotyczących w przypadku niezdolności do kontynuowania zlecenia lub zakończenia praktyki.

3. Profesjonalne postępowanie

Dbłość 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 tej profesjonalizującej się usługi.

3.2 Członkowie respektują różnorodność występującą wśród członków-praktyków i innych osób uprawiających ten zawód oraz respektują różne podejścia do coachingu, mentoringu i superwizji.

Uznanie dla prawa do równości i różnorodności

- 3.3 Członkowie będą przestrzegać stanowiska i polityki dotyczącej praw antydyskryminacyjnych wyrażanych przez ich organizacje.
- 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 o zapewnienie ze swej strony podejścia opartego 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, pisania 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 sankcje, włączając w to utratę akredytacji i/lub członkostwa w organizacji. Organizacje mogą dzielić się szczegółami uchybienia w celu zapewnienia bezpieczeństwa klientowi, utrzymania standardów jakości i dbania o reputację profesji.
- 3.10 Członek-praktyk skonfrontuje się z innym członkiem-praktykiem, kiedy ma uzasadnione przekonanie, że ten drugi działa w sposób nieetyczny i, jeśli nie przyniesie to poprawy, złoży raport o tej osobie do organizacji.

Prawne i statutowe zobowiązania

- 3.11 Członkowie są zobowiązani być na bieżąco i przestrzegać wszystkich statutowych wymagań w kraju, w którym wykonują pracę, oraz pracować w zgodzie z polityką i procedurami swojej organizacji branżowej w środowisku, w którym sami pracują.
- 3.12 Członkowie będą posiadali stosowne krajowe ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej obejmujące ich pracę coachingową, mentoringową i superwizyjną.

4. Doskonała praktyka

Zdolność do działania

- 4.1 Członkowie będą posiadali kwalifikacje, umiejętności i doświadczenie niezbędne do zaspokojenia potrzeb swojego klienta i będą działać w ramach swoich kompetencji. Jeśli trzeba, członkowie powinni skierować klienta do bardziej doświadczonego albo posiadającego odpowiednie kwalifikacje profesjonalisty.
- 4.2 Członkowie powinni być w odpowiedniej kondycji zdrowotnej, aby wykonywać zawód. Jeśli tak nie jest lub nie są pewni, czy mogą praktykować bezpiecznie z powodów zdrowotnych, poszukają wskazówek i profesjonalnego wsparcia. W razie potrzeby czy konieczności członek-praktyk powinien zadbać o zamknięcie procesu z klientem i skontaktować klienta z innym praktykiem.

Stałe korzystanie z superwizji





- 4.3 Członkowie będą poddawać się superwizji u odpowiednio wykwalifikowanego superwizora albo grupowej superwizji koleżeńskiej z częstotliwością stosowną do ich praktyki coachingowej, mentoringowej lub superwizorskiej, wymagań organizacji branżowej, do której przynależą lub do poziomu ich akredytacji albo wykażą się zaangażowaniem w praktykę autorefleksji, najlepiej z równorzędnymi kolegami i/lub z bardziej doświadczonymi kolegami.
- 4.4 Członkowie muszą zadbać, aby żadna inna istniejąca relacja z superwizorem nie wpływała na jakość prowadzonej superwizji.
- 4.5 Członkowie będą poddawać dyskusji ze swoim superwizorem lub w ramach superwizji koleżeńskiej wszelkie dylematy etyczne i wszelkie potencjalne lub rzeczywiste naruszenia Kodeksu w celu uzyskania wskazówek i wsparcia.

Ciągły rozwój zawodowy

- 4.6 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).
- 4.7 Od członków oczekuje się wniesienia wkładu w życie ich społeczności zawodowej adekwatnie do poziomu ich ekspertyzy. Może to przybierać różne formy, np. nieformalne wsparcie koleżeńskie, doskonalenie profesji, prowadzenie badań, pisanie tekstów, itd.
- 4.8 Członkowie będą systematycznie oceniać jakość swojej pracy m.in. z wykorzystaniem informacji zwrotnej od klientów, superwizora i innych znaczących podmiotów.

GLOBAL CODE of ETHICS

5 Sygnatariusze Globalnego Kodeksu Etycznego - dla coachów, mentorów i superwizorów

Data sygnowania Kodeksu	Wersja Kodeksu, która została podpisana	Nazwa i strona www organizacji	Logo organizacji sygnującej Kodeks
5 lutego 2016	1.0	Association for Coaching ("AC") https://www.associationforcoaching.com/	
5 lutego 2016	1.0	European Mentoring and Coaching Council ("EMCC") www.emccouncil.org	
1 maja 2018	2.0	Association for Professional Executive Coaching and Supervision www.apecs.org	
1 maja 2018	2.0	Associazione Italiana Coach Professionisti www.associazionecoach.com	
1 maja 2018	2.0	Mentoring Institute, University of New Mexico https://mentor.unm.edu/	