

GLOBALNY KODEKS ETYCZNY

dla coachów, mentorów i superwizorów

WPROWADZENIE ORAZ CEL

Wszystkie organizacje („organizacje”) wymienione w punkcie 5, jako współsygnatariusze niniejszego Kodeksu Etycznego („Kodeks”), pragną stwierdzić, co następuje:

Jako organizacje opierające się na dobrowolnym członkostwie jesteśmy zaangażowani w utrzymywanie i promocję najlepszych praktyk coachingu, mentoringu oraz superwizji, która aktualnie podlega intensywnej profesjonalizacji i jest wspierana przez technologie cyfrowe, w tym danologię (data science) i sztuczną inteligencję (AI). Wszyscy członkowie naszych organizacji, występując w roli coacha, mentora, superwizora, trenera/firmy szkoleniowej czy uczestnika szkolenia, w ramach swojego członkostwa zgadzają się na postępowanie w zgodzie z zapisami i zasadami tego Kodeksu Etycznego.

Ten Kodeks Etyczny jest zbieżny z treścią i wymaganiami ujętymi w Profesjonalnej Karcie Coachingu i Mentoringu. Karta, sporządzona zgodnie z prawem europejskim, jest zarejestrowana w specjalnej bazie danych Unii Europejskiej, która zawiera wykaz inicjatyw samoregulacyjnych w Europie.

Kodeks został pomyślany jako dokument z zaleceniami, a nie jako dokument prawnie wiążący, który szczegółowo określa, co członek stowarzyszony może, a czego nie może zrobić. 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, zakresu odpowiedzialności oraz standardów postępowania wszystkim naszym członkom stowarzyszonym.
- Określenie, jak nasi członkowie powinni działać, zachowywać się i postępować w czasie pracy z klientami coachingu, mentoringu, superwizji (których będziemy odtąd nazywać „klientami”) oraz w interakcji z innymi praktykami, sponsorami, interesariuszami i innymi profesjonalistami.
- 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, mentorem czy superwizorem, wykorzystują umiejętności coachingowe, mentoringowe lub superwizyjne w swojej pracy.
- Bycie podstawą do skarg lub postępowania dyscyplinarnego oraz wszelkich działań wynikających z istniejących w naszych organizacjach procedur skarg i zażaleń.

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 organizacji członkowskich, które sygnowały ten Kodeks Etyczny:

- 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 Kodeksu odnosi się odpowiednio do:
- Klientów coachingu, mentoringu, superwizji i studentów, kiedy mowa jest o „klientach”
 - Coachów, mentorów, superwizorów i firm szkoleniowych/trenerów, kiedy mowa jest o „praktykujących członkach” lub „stowarzyszonych”
 - Działalności coachingowej, mentoringowej i superwizyjnej, kiedy mowa jest o „pracy profesjonalnej”
 - Coachingu, mentoringu i superwizji, kiedy mowa jest o „profesji”.
- b) Sygnatariusze Kodeksu mają świadomość, że terminy „profesja” i „profesjonalny” są tu używane dla działalności niepodlegających ustawowym regulacjom, lecz będących w trakcie intensywnego procesu profesjonalizacji i samoregulacji.
- c) Sygnatariusze Kodeksu są świadomi, że tytuły „coach”, „mentor”, „superwizor” nie są prawnie chronione i mogą być używane przez jakiegokolwiek praktyka, zarówno stowarzyszonego, jak i niestowarzyszonego w 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 „stowarzyszeni”).
- 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 stowarzyszony, mentor, mentoring, sponsor, superwizor, superwizja, szkolenie, technologia.

2. Praca z klientami

Kontekst

- 2.1 Podczas profesjonalnej pracy z klientami w jakimkolwiek charakterze stowarzyszeni będą zachowywać się zgodnie z niniejszym Kodeksem, angażując się w osiągnięcie poziomu usługi zgodnego z uzasadnionymi oczekiwaniami stawianymi profesjonalistom.

Kontraktowanie

- 2.2 Zanim praca z klientem zostanie rozpoczęta, stowarzyszeni udostępnią Kodeks klientowi oraz wyjaśnią i oficjalnie zadeklarują, że przestrzegają zapisów tego Kodeksu. Stowarzyszeni powiadomią swoich klientów i sponsorów, jaka jest możliwość skorzystania z procedury skarg i zażaleń w swoich organizacjach.
- 2.3 Przed rozpoczęciem pracy z klientem, stowarzyszeni wyjaśnią i upewnią się, że klient i sponsor zna i w pełni rozumie naturę i warunki kontraktu coachingowego, mentoringowego czy superwizyjnego z uwzględnieniem uzgodnień finansowych, logistycznych i dotyczących zasad poufności.
- 2.4 Stowarzyszeni 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. Stowarzyszeni podejmą też starania, żeby wziąć pod uwagę potrzeby i oczekiwania innych zainteresowanych stron.
- 2.5 Stowarzyszeni będą przedstawiali w jawny sposób metody, które stosują. Na życzenie będą gotowi, żeby przedstawić klientowi i sponsorowi informacje o wykorzystywanych standardach i procesach.
- 2.6 Stowarzyszeni zadbają o to, żeby długość kontraktu była właściwa dla osiągnięcia celów klienta i sponsora oraz będą aktywnie pracować nad tym, aby wzmacniać u klienta niezależność, poleganie na sobie i poczucie siły.
- 2.7 Stowarzyszeni zadbają o takie okoliczności („setting”), w których odbywa się coaching, mentoring, superwizja czy szkolenie, aby zapewnić optymalne warunki do uczenia się i refleksji, po to aby zapewnić wyższe prawdopodobieństwo osiągnięcia celów ustalonych w kontrakcie.
- 2.8 Stowarzyszeni powinni kierować się interesem klienta, jednocześnie będąc świadomi odpowiedzialności, żeby nie szkodzić interesom sponsora, interesariuszy, społeczeństwa i środowiska.

Spójność

- 2.9 Stowarzyszeni będą odpowiednio wykwalifikowani do pracy z wybraną grupą klientów i będą rzetelnie prezentować klientom, sponsorom, interesariuszom i innym praktykom odpowiednie doświadczenie, kwalifikacje zawodowe, członkostwo oraz certyfikaty/akredytacje.
- 2.10 Komunikując się z jakimkolwiek interesariuszem, stowarzyszeni rzetelnie i uczciwie przedstawią wartość, którą dostarczają jako coachowie, mentorzy i superwizorzy.
- 2.11 Stowarzyszeni zagwarantują, 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. Będą przypisywać autorstwo pracy, idei czy materiałów właściwemu autorowi i nie będą przedstawiać cudzych prac jako swoich.
- 2.12 Stowarzyszeni będą ujawniać wszelkie konflikty interesów i będą działać w ramach prawa oraz w żaden sposób nie będą zachęcać, asystować czy mieć związek z postępowaniem, które jest nieuczciwe, bezprawne, nieprofesjonalne, niesprawiedliwe czy dyskryminujące.

Poufność

- 2.13 Pracując z klientami, stowarzyszeni utrzymają w najściślejszej tajemnicy wszystkie poufne informacje dotyczące klienta i sponsora, chyba że udostępnienia tych informacji wymaga prawo.
- 2.14 Stowarzyszeni 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, chyba, że przekazanie informacji jest wymagane przez prawo.

- 2.15 Stowarzyszeni będą przechowywać i dysponować wszystkimi zapisami dotyczącymi ich pracy z klientami, w tym plikami i wiadomościami elektronicznymi w sposób, który uwzględnia 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 Stowarzyszeni poinformują klientów, że poddają się superwizji i wyjaśnią, 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, stowarzyszeni zadbają o stosowne uzgodnienia ze sponsorem klienta lub jego opiekunem, aby zapewnić najlepszy dla tej osoby stopień poufności dostępny w ramach aktualnego prawodawstwa i troski o jego bezpieczeństwo.

Niewłaściwe zachowania

- 2.18 Stowarzyszeni ponoszą odpowiedzialność za ustanowienie i utrzymanie jasnych, właściwych i uwrażliwionych kulturowo granic, które dotyczą wszelkich fizycznych i wirtualnych interakcji z klientami i sponsorami.
- 2.19 Stowarzyszeni bezwzględnie powstrzymają się od angażowania się w jakiegokolwiek romantyczne lub seksualne relacje z obecnymi klientami lub sponsorami.

Konflikt interesów

- 2.20 Stowarzyszeni nie będą wykorzystywać klienta, ani osiągać niewłaściwych korzyści - finansowych i niefinansowych - z relacji z nim, a także wykorzystywać danych osobowych, zawodowych lub innych danych klienta bez jego zgody.
- 2.21 W celu uniknięcia jakiegokolwiek konfliktu interesów, stowarzyszeni będą rozróżniać relację profesjonalną z klientem od innych typów relacji.

- 2.22 Stowarzyszeni 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 Stowarzyszeni 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 Stowarzyszeni 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 Stowarzyszeni będą respektować prawo klienta do zakończenia procesu w dowolnym momencie, uwzględniając postanowienia zawarte w kontrakcie coachingowym, mentoringowym czy superwizyjnym.
- 2.26 Stowarzyszeni zachęcą klienta czy sponsora do przerywania procesu coachingowego, mentoringowego czy superwizyjnego, jeśli jasne stanie się, że klientowi lepiej posłużyłaby inna forma profesjonalnej pomocy.
- 2.27 Stowarzyszeni przygotują klientów na zakończenie usługi, a jeśli niespodziewanie sami nie będą mogli dokończyć usługi, zaproponują plan jej dokończenia.
- 2.28 Stowarzyszeni są zobowiązani zaproponować aktualnym klientom rozwiązanie pozwalające na kontynuację usługi w przypadku zakończenia przez nich praktyki.
- 2.29 Stowarzyszeni rozumieją, że ich odpowiedzialność zawodowa trwa po zakończeniu konkretnej relacji profesjonalnej. Obejmuje ona:
- Zapewnienie umówionej poufności wszelkich tajnych, osobistych i innych informacji dotyczących klientów i sponsorów poprzez ostrożne i etyczne zarządzanie nimi.

- Unikanie jakiegokolwiek wykorzystywania zakończonej relacji tak, aby nie było najmniejszych podstaw do kwestionowania profesjonalizmu, spójności postawy praktykującego członka, ani samej branży.
- Przeprowadzenie uzgodnionego „follow up”, czyli uzgodnionej ewaluacji czy działania

3. Profesjonalne zachowanie

Dbałość o reputację profesji

- 3.1 Od stowarzyszonych oczekuje się zachowania, które w każdej w chwili pozytywnie świadczy i korzystnie wpływa na reputację naszej profesjonalnej usługi oraz zapewnienia, że korzystanie z technologii jest zgodne ze standardami zawodowymi.
- 3.2 Stowarzyszeni będą okazywać szacunek dla różnorodności praktyk stosowanych przez praktykujących członków i inne osoby w zawodzie oraz dla różnorodnych podejść do coachingu, mentoringu i superwizji opartych na zasadach etycznych, w tym dla wykorzystania technologii danych i sztucznej inteligencji.

Odpowiedzialne działanie

- 3.3 Stowarzyszeni będą przestrzegać stanowiska i polityki dotyczącej prawa do różnorodności i integracji, odpowiedzialności społecznej i zmian klimatu wyrażanych przez ich organizacje.
- 3.4 Stowarzyszeni będą unikać świadomej dyskryminacji bazującej na dowolnej podstawie i będą starać się wzmacniać swoją świadomość obszarów, gdzie pojawić się może u nich dyskryminacja lub stronniczość, w tym, jeśli chodzi o używanie technologii bądź nieprawidłowych czy fałszywych informacji (“fake data”).
- 3.5 Stowarzyszeni wezmą pod uwagę możliwość istnienia nieuświadomionych uprzedzeń i niesprawiedliwości systemowych i postarają się, żeby zapewnić ze swej strony oparte na szacunku integracyjne podejście, które obejmuje i bierze pod uwagę wszelkie różnice indywidualne.

- 3.6 Stowarzyszeni będą konstruktywnie konfrontować się i oferować wsparcie współpracownikom, pracownikom, usługodawcom i klientom, którzy są postrzegani jako dyskryminujący lub niechętni do wzięcia odpowiedzialności za swoje zachowanie i działania.
- 3.7 Stowarzyszeni będą uważali na własny sposób mówienia, pisanie i mowę ciała, pod kątem ukrytych uprzedzeń lub dyskryminacji.
- 3.8 Stowarzyszeni będą angażować się w działania rozwojowe, które posłużą wzrostowi ich samoświadomości w kwestii przestrzegania prawa do integracji i różnorodności, technologii, najnowszych osiągnięć w zakresie zmieniających się potrzeb społecznych i środowiskowych.

Naruszenie profesjonalnego postępowania

- 3.9 Stowarzyszeni akceptują fakt, że każde uchybienie potwierdzone w ramach procedury skarg i zażaleń może wywołać sankcje, włączając w to utratę akredytacji i/lub członkostwa w organizacji.
- 3.10 Stowarzyszony skonfrontuje się z innym stowarzyszonym, jeśli 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

- 3.11 Stowarzyszeni zobowiązani są być na bieżąco i przestrzegać:
 - Wszystkich statutowych wymagań w kraju, w którym wykonują pracę.
 - Przepisów podczas pracy z dziećmi lub dorosłymi o specjalnych wymaganiach.
 - Odpowiednich polityk i procedur organizacyjnych związanych z kontekstem pracy.
- 3.12 W ramach możliwości danego kraju, w którym praktykujący członkowie działają, będą oni posiadali właściwe ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej obejmujące ich pracę coachingową, mentoringową czy superwizyjną.

4. Doskonała praktyka

Zdolność do działania

- 4.1 Stowarzyszeni będą działać w granicach swoich kompetencji zawodowych. Stowarzyszeni powinni w stosownych przypadkach skierować klienta do bardziej doświadczonego lub odpowiednio wykwalifikowanego praktykującego członka.
- 4.2 Stowarzyszeni powinni być w odpowiedniej kondycji zdrowotnej, aby podjąć się pracy. Jeśli tak nie jest lub nie są pewni, czy mogą praktykować z powodów zdrowotnych, poszukają profesjonalnego leczenia lub wsparcia.

Stałe korzystanie z superwizji

- 4.3 Stowarzyszeni będą poddawać się superwizji u odpowiednio wykwalifikowanego/doświadzonego superwizora albo grupowej superwizji koleżeńskiej z częstotliwością stosownie do ich praktyki coachingowej, mentoringowej lub superwizorskiej, wymagań organizacji branżowej, do której przynależą, lub poziomu akredytacji oraz będą mieli dowody na zaangażowanie w refleksyjną praktykę.
- 4.4 Stowarzyszeni muszą zadbać, aby żadna inna istniejąca relacja z superwizorem - profesjonalna czy osobista - nie wpływała na jakość prowadzonej superwizji.
- 4.5 Stowarzyszeni będą poddawać dyskusji ze swoim superwizorem lub w ramach superwizji koleżeńskiej wszelkie dylematy etyczne oraz potencjalne lub aktualne wykroczenia przeciw temu Kodeksowi, w tym związane z wykorzystania sztucznej inteligencji i ogólnie technologii w celu uzyskania wskazówek i wsparcia.

Ciągły rozwój zawodowy i refleksja

- 4.6 Stowarzyszeni będą rozwijać swój poziom kompetencji coachingowych i/lub mentoringowych oraz zdolności superwizyjnych poprzez udział w odpowiednich szkoleniach i ukierunkowanych na przyszłość działaniach w zakresie ustawicznego rozwoju zawodowego (CPD).

- 4.7 Od praktykujących 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.
- 4.8 Zrzeszeni będą systematycznie budować refleksję i oceniać jakość oraz istotność swojej pracy m.in. z wykorzystaniem informacji zwrotnej od klientów, sponsorów i zainteresowanych stron, refleksji z CPD - w celu doskonalenia swojej praktyki.

5. Sygnatariusze Globalnego Kodeksu Etycznego dla Coachów, Mentorów i Superwizorów

Wszelkie takie uzupełnienia nie mogą stać w sprzeczności z istotą Kodeksu oraz nie pociągają za sobą obowiązku przyjęcia ich przez innych współsygnatariuszy. Te uzupełnienia są udostępniane przez sygnatariuszy w ramach trwającej stale współpracy między naszymi profesjonalnymi organizacjami.

Sygnatariusze Globalnego Kodeksu Etycznego nie będą angażować się w żadną skargę dotyczącą innej organizacji-sygnatariusza. Każda taka skarga powinna być skierowana bezpośrednio do tej organizacji.

Więcej informacji na temat każdego z sygnatariuszy Kodeksu, w tym członkostwa, akredytacji, standardów, zarządzania i procedury składania skarg i zażaleń, można znaleźć na odpowiednich stronach internetowych sygnatariuszy.

Aktualnych sygnatariuszy Kodeksu można znaleźć tutaj:

<https://www.globalcodeofethics.org/signatories/>

Aby dowiedzieć się, jak zostać sygnatariuszem Globalnego Kodeksu Etycznego, skontaktuj się z:

administrator@emccglobal.org