

# Código de

# Conduta e Melhores Práticas



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo

# PRESSUPOSTOS

- Ser complementar ao Código de Ética do Administrador e harmônico a este
- Aproveitar a experiência de entidades de contextos onde Coaching é uma atividade institucionalizada
- Produzir um conteúdo sintético que seja ponto de partida para um processo evolutivo
- Produzir um conteúdo com uma visão voltada ao cliente



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo

# PONTOS COBERTOS

- **Conceito de Coaching** adotado pelo CRA-SP
- **Princípios e responsabilidades:** Objetivos e natureza do processo, contrato e limites de atuação
- **Padrões de conduta ética e profissional:** Perante a comunidade, stakeholders e perante o cliente
- **Confidencialidade e privacidade:** Perante a comunidade e os patrocinadores do processo
- **Conflito de interesses:** Proteção ao cliente e a percepção da atividade pela comunidade e stakeholders

## **PARTE 1: O CONCEITO DE COACHING ADOTADO PELO CRA-SP**

Registrado e Aprovado em Sessão Plenária – CRA-SP em 17 de Setembro de 2008 - Ata 3.617.

O *Coaching* é uma atividade que se dá num processo confidencial, estabelecido em uma relação de parceria entre o *Coach* e o Cliente, visando o desenvolvimento pessoal e profissional, no qual o *Coach* apóia e instiga o Cliente, com o objetivo de atingir resultados previamente estabelecidos.



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo

Em cada reunião, o *Coach*, em conjunto com o cliente e de acordo com a necessidade identificada, escolhe o foco da conversação. O *Coach* ouve e contribui com observações e perguntas. Esta interação produz clareza e leva o cliente a agir. O *Coaching* acelera o progresso do cliente propiciando maior foco e consciência nas escolhas e decisões. O *Coaching* concentra-se na situação em que os clientes estão e no que necessitam e estão dispostos a fazer para evoluir para uma situação desejada no futuro.

Administradores exercendo a atividade de *Coaching* reconhecem que resultados são originados pela vontade, escolhas e ações do cliente auxiliado pela intervenção do *Coach*, através das técnicas de *Coaching*.

## **PARTE 2: PRINCÍPIO QUE REGE A ATIVIDADE DE COACHING E RESPONSABILIDADES DE UM COACH**

O CRA-SP promove o conceito fundamental da atividade de *Coaching* considerando o cliente como **(i)** o maior conhecedor de sua própria vida e seu trabalho; **(ii)** um profissional criativo, completo e capaz de agir de maneira efetiva, e **(iii)** que ao buscar o suporte de um *Coach*, objetiva aprimoramento pessoal e profissional, para **(a)** aumentar o valor de sua contribuição a seu meio profissional e social, **(b)** melhorar sua qualidade de vida e **(c)** contribuir para a melhora de vida daqueles com quem se relaciona profissional, social e pessoalmente.

A partir deste princípio, as responsabilidades de um *Coach* são:

- ✓ Conhecer, clarificar e se alinhar com o que o cliente pretende conseguir com seu suporte;
- ✓ Encorajar o processo de autoconhecimento do cliente;
- ✓ Elucidar as soluções e estratégias geradas pelo cliente;
- ✓ Auxiliar o cliente na implementação destas soluções e estratégias e na medição do grau de sucesso obtido;
- ✓ Colocar o cliente em uma posição de responsabilidade e consequência perante si mesmo e aqueles com quem se relaciona profissional, social e pessoalmente.

## **PARTE 3: PADRÕES DE CONDUTA E MELHORES PRATICAS RECOMENDADOS PELO CRA-SP PARA ADMINISTRADORES NO EXERCÍCIO DA ATIVIDADE PROFISSIONAL DE COACHING EXECUTIVO EMPRESARIAL**

### **I – QUANTO À CONDUTA PROFISSIONAL GERAL**

- 1)** A conduta deverá criar reflexos positivos à atividade de *Coaching*. O *Coach* não deve praticar atos, fazer declarações ou promessas que possam impactar negativamente a compreensão ou aceitação pública do *Coaching* como atividade profissional e instrumento de desenvolvimento pessoal e profissional.

- 2) A conduta deverá respeitar as diferentes abordagens na atividade de *Coaching*. Honrar os esforços e contribuições de terceiros e não os apresentar sem reconhecer sua autoria.
- 3) O *Coach* deverá manter-se informado a respeito de questões que possam levar ao mau uso do processo de *Coaching* e a forma pela qual este processo pode afetar a vida de terceiros.
- 4) O *Coach* deverá esforçar-se para reconhecer questões pessoais que possam impedir, conflitar ou interferir com seu desempenho como *Coach* e buscar a assistência profissional adequada e determinar o curso de ação a ser tomado, incluindo se apropriadas, a suspensão ou encerramento de suas relações profissionais.

- 5) O *Coach* deverá conduzir-se, quando responsável pelo treinamento, desenvolvimento ou supervisão de outros *Coaches* ou de potenciais *Coaches*, em conformidade com o Código de Ética do Administrador em todas as atividades consentâneas com a atividade de Administrador.
  
- 6) O *Coach* deverá conduzir e registrar pesquisas e trabalhos acadêmicos com honestidade e dentro de padrões científicos reconhecidos; e somente levá-las adiante com a aprovação e consentimento de todos os envolvidos, de forma a proteger os participantes de qualquer dano à sua individualidade e à sua imagem.

## II – QUANTO À CONDUTA PROFISSIONAL COM CLIENTES

- 1) O *Coach* é responsável por estabelecer limites claros, apropriados e culturalmente consistentes para regular a relação que vier a ter com seus Clientes.
- 2) O *Coach* deverá estabelecer acordos claros com seus clientes e honrar tais acordos no contexto do relacionamento profissional na atividade de *Coaching*.

- 3) O *Coach* deverá assegurar que o cliente entenda a natureza do processo de *Coaching*, os laços de confidencialidade, as condições financeiras e outros termos do contrato de *Coaching* antes da sessão inicial, ou no mais tardar durante a primeira sessão que realizar com o Cliente.
- 4) O *Coach* deverá prestar ao Cliente informações claras a respeito de suas qualificações e especialidades como *Coach*.
- 5) O *Coach* não deverá fazer afirmações falsas ou errôneas sobre o que o Cliente receberá através do processo de *Coaching*, ou da sua atuação como *Coach*.



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo

- 6) O *Coach* somente deverá dar a seus clientes ou a clientes em perspectiva, informação ou conselho que esteja seguro não são infundados ou enganadores.
- 7) O *Coach* não deverá explorar, de forma consciente, a relação *Coach* - Cliente para a obtenção de benefícios ou vantagens indevidas.
- 8) O *Coach* deve respeitar o direito de o Cliente tomar a iniciativa, a qualquer momento, de encerrar o processo de *Coaching*, bem como estar alerta para os indícios de que o Cliente não está mais se beneficiado pela relação profissional *Coach* - Cliente.



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo

### III – QUANTO À CONFIDENCIALIDADE E PRIVACIDADE DAS INFORMAÇÕES A QUE TIVER ACESSO

- 1) O *Coach* deve respeitar a confidencialidade das informações do Cliente, exceto quando devidamente autorizado por ele, ou na forma em que a Lei assim o exigir.
- 2) O *Coach* deve apenas indicar nomes ou outra informação de identificação de clientes, ou citá-los como referências, após obter sua autorização para tanto.
- 3) O *Coach* deve obter a autorização do Cliente antes de disponibilizar informações a uma terceira pessoa ou entidade que esteja custeando o processo, restringindo as informações aos progressos e resultados obtidos no processo.

## IV – QUANTO À POSSIBILIDADE DE CONFLITOS DE INTERESSE

- 1) O *Coach* deve envidar seus melhores esforços para evitar conflitos entre interesses próprios e aqueles do Cliente.
- 2) O *Coach* deve informar o Cliente sempre que ele *Coach* identificar conflito de interesses, real ou potencial, e decidir juntamente com o Cliente a forma de se lidar com a situação, sempre em função dos interesses do Cliente.
- 3) O *Coach* não deverá aceitar qualquer compensação que venha a ser oferecida por terceiros por indicar o cliente a estes.

- 4) O *Coach* somente deve aceitar prestar seus serviços em troca de outros serviços, bens ou remuneração não monetária, quando tal fato não prejudicar a relação profissional com o Cliente

**Conclusão GEC / CRA-SP ( Ago./2009 ) versão 1.0**



**CRA-SP**

Conselho Regional de  
Administração de São Paulo