

Probablemente mi mayor cualidad como *coach* es formular muchas preguntas retadoras y dejar que la persona encuentre las respuestas. *Phil Dixon*

RxO REFLEXIONES ORGANIZACIONALES

Abril 2009

Número 7

[Envía un comentario](#)

CONTACTO:
[RODOLFO LOYOLA VERA](mailto:rodolfo.loyola.vera@filogenia.net)

TELÉFONO
(442) 265 8295

CELULAR
(442) 128 0239

[Participa en este proyecto sobre Querétaro](#) [Números anteriores](#)

El pensamiento sistémico es una estrategia clave para el cambio organizacional.

Los fundamentos de este pensamiento han sido desarrollados por un gran número de autores. Nino Tomaschek, en su libro *Systemic Coaching: A Target - Oriented Approach to Consulting*, publicado por Carl Auer en 2006, plantea una visión clara de este enfoque y resume la estrategia en cinco postulados:

- Cualquier grupo de personas puede ser catalogado como un sistema social caracterizado por las relaciones entre los miembros.
- Cada miembro de ese grupo experimenta un estado particular del sistema social de una manera particular.
- Los sistemas cambian permanentemente; si una parte del sistema cambia, el sistema completo puede cambiar.
- El comportamiento o conducta de un miembro del sistema es el resultado de su adaptación a todas las influencias internas y externas, y este comportamiento es visto como apropiado por la persona.
- Un sistema solo puede ser afectado externamente si se planea la intervención de tal forma que se ajuste al estado interno actual del sistema; de otra forma, habrá un rechazo.

Pensamiento sistémico

Una persona en la organización hace lo que hace por razones que desconocemos y que para él o ella son válidas.

La mayor tentación es etiquetarlo y, entonces, perder la oportunidad de mejorar la situación.

Características del proceso de *coaching* sistémico:

- Se trabaja con la definición que el cliente* hace del problema.
- Se fundamenta en los recursos y competencias del cliente.
- Se ayuda al cliente a lograr sus objetivos.
- Se *perturba* y expande, de una forma cautelosa y flexible, la *realidad* que el cliente percibe.
- Se reflexiona sobre las metáforas que presenta el cliente.
- Se formulan preguntas orientadas a la solución y hacia el futuro.
- Se proveen nuevas perspectivas y, con la cooperación de los participantes, se logran cambios de conducta.
- Se reconoce la resolución del problema como un logro del cliente.

* El término cliente se refiere ya sea a una persona o a un grupo