

## La „Teoría del Coaching Autoorganizado“

### Axiomática del Coaching

☒ En el uso del idioma, un axioma es una expresión improbable pero razonable es sí y básica, que sirve como punto de partida de una teoría derivable. Los 20 axiomas que nosotros consideramos como fundamento de la teoría del coaching autoorganizado son los siguientes:

#### Los 20 Axiomas de la „Hamburger Schule“

1. El coaching se realiza bajo las condiciones de marco más diferentes; lo más importante es el respeto a los siguientes valores:  
Libertad: La concepción de autoaprendizaje eficaz determinada por el coachee, el grupo o el equipo.  
Libre voluntad: El coachee, el grupo o el equipo deciden personalmente la temática de cambio y el término.☒  
Disposición de recursos: El coachee, el grupo o el equipo, tienen acceso independiente a los recursos necesarios para la realización del cambio.  
Autodirección: El coachee, el grupo o el equipo, se encuentran en la posición de poder reconocer las exigencias del cambio y de realizarlas.
2. El coaching debe valorar debidamente la complejidad de la vida y experiencias del coachee, del grupo o del equipo. En este sentido, el coaching es siempre „sistémico“.
3. El coaching conduce al coachee, al grupo o al equipo, de una forma de pensamiento y actuar lineal a una forma más compleja. Consiste en identificar el grado de libertad de la conducta propia dentro de un contexto de referencia y de ampliarlo a uno equivalente.
4. El coaching se basa en modelos de conocimiento científico.
5. El coaching se define por una forma de trabajo regida por valores y un oficio operacionalizable (Cumplimiento de la estructura pcesal).
6. La solución se encuentra en el coachee, el grupo o el equipo.
7. Las experiencias forman el fundamento de cada construcción de la realidad individual y colectiva.
8. El pensamiento sistémico y el pensamiento y accionar constructivistas no son idénticos pero se complementan.
9. Intereses llevados por motivos y el conocimiento forman una relación.
10. El ser humano se orienta en los valores dentro de un contexto individualmente definido e interpretado.
11. El individuo, el grupo o el equipo son conscientes de un contexto (constructo o sistema de acción) cuando lo pueden deducir cognitivamente.
12. El cuerpo, cerebro, mente y emociones forman una unidad inseparable.

13. La decisión por una conducta o un accionar son influenciadas por motivos y necesidades dentro de un contexto interpretado por valores .
14. Los seres humanos actúan, ya que esperan para sí una ventaja en el sentido de la satisfacción de motivos, necesidades y valores. Esto también es aplicable para grupos y equipos.
15. Los valores surgen del actuar/ de la conducta individual exitosa repetida en un contexto específico.
16. Modelos de conducta básicos surgen de valores que para el individuo, el grupo o el equipo tienen validez contextual general.
17. Los valores que regulan el accionar que no son reflexionados en cuanto a su significado llevan a la formación de creencias. La creencia es un contexto de valores que no es objeto de indagaciones.
18. Valores guía son valores que para el individuo, el grupo o el equipo rigen en todos los contextos construidos. Ellos forman la intersección de todos los valores dentro de ese contexto.
19. Los valores forman la base para las decisiones. El inicio de una decisión es la percepción sensorial de un valor. El final de una decisión fundamenta a un valor racionalmente (sujetivamente)
20. La percepción se basa en la percepción de diferencias.