

Juan Diego Salinas

Creador de Coaching Airlines

Coaching Airlines emerge para ofrecer a las empresas una posibilidad novedosa de crecimiento de su potencial humano a través del Coaching. En concreto, se enfoca en dos áreas. De un lado, fortalece el desarrollo de equipos exigentes en busca de su máximo rendimiento mejorando sus relaciones, misión, visión, valores y facilitando al equipo un plan de acción óptimo hacia sus objetivos. Además, Coaching Airlines es una de las únicas entidades en España que fusionan el coaching de equipos con el beneficio de la diversidad cultural, reduciendo plazos y gastos a empresas en fases de internacionalización.



www.coachingairlines.com Twitter @coachairlines www.facebook.com/Coachingairlines

Para los profanos en la materia, cuéntenos en qué consiste realmente un proceso de coaching.

Formalmente es una relación profesional entre una organización que quiere alcanzar un objetivo y un coach que facilita aspectos vitales transversales –clima laboral, comunicación, competencias, cohesión, pertenencia al equipo, cambios, liderazgo..., para que la empresa pueda alcanzar sus metas antes y más productivamente.

En este contrato se acuerdan las herramientas de medición, así como un número de encuentros periódicos con el profesional o el grupo. En nuestro caso, que es coaching de equipos, hablamos de varios meses: unas 8-10 reuniones cada 2-4 semanas; de ahí que se puedan conseguir cambios tan impresionantes. El equipo “aprende” y automatiza los procesos y competencias que les funciona mejor y se convierten en recursos para siempre.

Siendo una disciplina intangible, ¿cómo se mide el impacto del coaching en un equipo o persona?

Precisamente, nosotros partimos de que “lo que no se mide no existe”. Además, de los estudios profesionales e independientes que muestran estadísticas de satisfacción y de consecución de objetivos, hay otros indicadores. El más evidente es si consigue o no su objetivo. Además, hay otra serie de ratios según el aspecto que se trabaje con el equipo que son muy objetivos: incremento de producción, disminución del absentismo laboral, descenso de quejas, cubrir puestos directivos. Además, usamos herramientas específicas de medición sistémica y de manifestaciones internacionales sobre las que observamos la evolución.

Cuentas con una dilatada experiencia en el extranjero, ¿qué te ha aportado como empresario?

El efecto Mortadelo, si me permites la metáfora. Él utiliza sus disfraces para ser más eficaz en su labor de agente. Si tenía que pasar desapercibido, se disfraza de buzón o de Superman si era más útil impresionar. Bromas aparte, esto es parecido; tras visitar 60 países en todo el mundo aprendes de culturas tan dispares como las de Japón, Zimbabue, USA, Bután, Dinamarca o Argentina y eso te hace más completo y flexible. En el mundo empresarial también te conviene saber cuándo llevar traje, cuando usar vaqueros, cuándo escuchar, cuándo intervenir.

“Tus objetivos están a solo unas horas de alcanzarse”, ¿por qué este lema para vuestra empresa?

Porque hemos demostrado que en TODOS los procesos que hemos realizado hasta ahora, el equipo ha mejorado. No digo que no lo hubieran conseguido sin el coaching, pero sí que gracias al coaching lo lograron antes.

El coaching en la empresa, ¿moda o necesidad?

Una decisión. Aquí parece una moda. Ahora bien, acabará integrándose en cada negocio y convirtiéndose en necesario para conseguir el potencial real de los trabajadores y que éstos se sientan identificados con su entidad.

Hablemos de internacionalización ¿cómo se aplica el coaching en una empresa que está en ese proceso? ¿A qué os referís con política “glocal”?

Atrás quedan los tiempos de pensar en fronteras y naciones. Ahora hablamos de culturas. Imagina que eres una empresa que quiere expandirse. Preparas una campaña en otro idioma, te alías con un intermediario, buscas ubicación en el país, desarrollas un plan financiero y, solo después, te das cuenta que en ese país no encaja socialmente tu producto, o que el personal que se iba a encargar de comercializarlo no sabe desenvolverse en otros modelos de negociación y de comunicación, o que no te entiendes con tu delegación allí.

Ahora imagina que sabes qué personas de tu equipo tienen la habilidad de ser productivo en otro entorno cultural, que además sabes que están motivados y que están alineados con lo que quieres conseguir como empresa. Es decir, exportan la cultura Global de tu empresa. Además, imagina que eliges a los intermediarios o socios sabiendo qué de distinto te pueden ofrecer. Y que esa diversidad la empleas para mejorar tu producto, tus procesos, tus costes, tu gestión del conocimiento, tu marketing... de forma que se adapte a las particulares características de esa cultura Local. Ahora: Global + Local= GLOCAL. Te ahorras miles de euros y muchos meses.

Algunos consejos a nivel empresarial ¿cómo se consigue fortalecer las relaciones, tener motivación y mantener a un equipo cohesionado?

Modestamente, daría tres consejos para que los responsables de equipos las puedan aplicar de inmediato:

“Lo que no se ve, crece. Lo que se ignora, explota”. Toma consciencia de lo que ocurre en tu equipo antes de que sea demasiado tarde y costoso. Analiza, pregunta y observa.

Pregunta a los miembros de tu equipo qué les motiva de verdad.... Y déjate sorprender...

Afianza las relaciones humanas: Crea un espacio en tu despacho donde trates con tu personal los temas propios del trabajo. Y otro sitio (un sillón, otro despacho, un apartado de tu oficina...) para charlar de temas más personales. El subconsciente de cada persona, con el tiempo, asocia cada escenario a una sensación.

¿Qué ventajas o valor tiene trabajar en un Centro Europeo de Empresas e Innovación como BIC Euronova, en un entorno como el PTA?

Somos especialistas en las relaciones y los sistemas. Para nosotros el BIC es un micro sistema de gran potencial humano y de business. Te pongo un ejemplo: mi compañera Mapi Sosa, coach ejecutiva a través de su marca Horizonte Coaching, y yo compartimos sinergias, ideas, estados de ánimo y proyectos en nuestra BIC-oficina. Eso mismo nos proporciona el BIC a gran escala: la oportunidad de palpar cada día necesidades y ofrecer soluciones.

Muy personal

Una película “La vida es bella”

Un pintor o cuadro Dalí

Una canción “One”, de U2

Un libro “Robots e Imperio”, de Isaac Asimov

Un destino o viaje que le haya marcado. La vuelta al mundo

Un hobby La Astronomía

Su rincón preferido de Málaga Paseo marítimo de Pedregalejo

¿Dónde nos llevaría a cenar esta noche y el qué? Coquinas en “Chiringuito La Cala”, en Benalmádena

BIC Euronova, S.A. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga info@bic.es www.bic.es