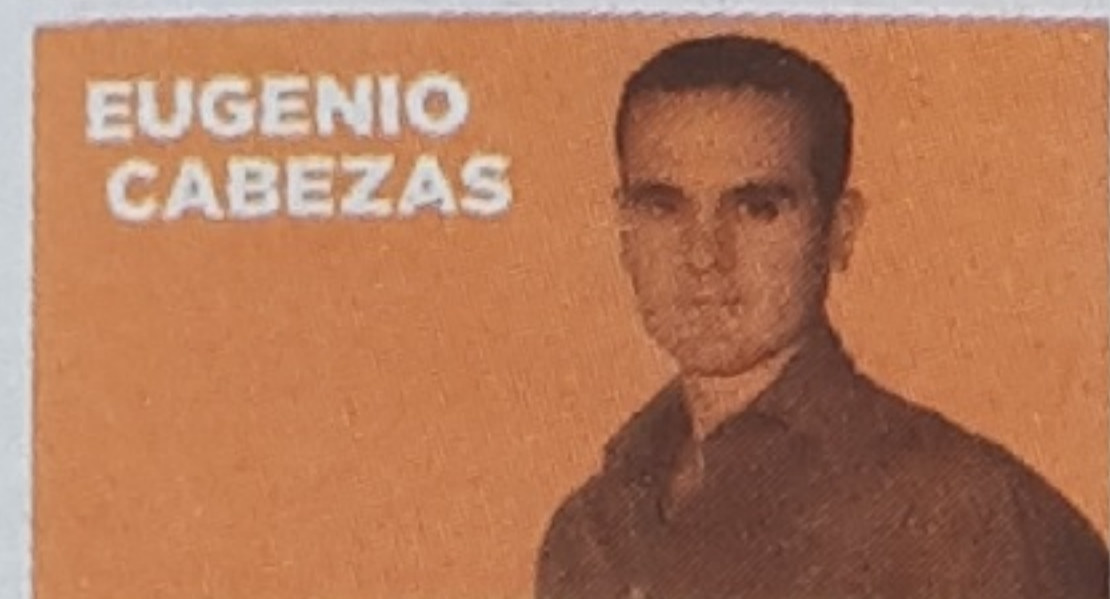


Coaching Airlines pone sus miras en el sector hotelero para seguir creciendo

La firma creada en 2013 por el malagueño Juan Diego Salinas consigue contratos con cadenas de alojamientos para impartir sus sesiones de motivación y liderazgo

FORMACIÓN

EUGENIO
CABEZAS



✉ economia@diariosur.es

MÁLAGA. Cuando el malagueño Juan Diego Salinas terminó la carrera de Económicas, con 21 años, después de realizar un Erasmus en Dinamarca, decidió que su objetivo era conocer mundo, cuantos más países mejor. Trabajó en el sector hotelero durante más de una década, en la que aprovechó cada periodo vacacional para realizar viajes. Y entre 2011 y 2012 se propuso dar la vuelta al mundo. Y lo hizo, recorrió 53 países, en siete meses. En su mochila de viajero suma ya 64 territorios del planeta, y sigue viajando. Con este bagaje decidió dedicarse al 'coaching', creando en 2013 su propia empresa Coaching Airlines, con sede en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), en la barriada de Campanillas.

La empresa, en la que cuenta como socios con los malagueños Gema Campos, y Javier y Mara Márquez, se dedica a impartir sesiones de entrenamiento, automotivación y desarrollo personal y profesional, enfocadas fundamentalmente al sector hotelero, con una técnica propia que han bautizado como 'coaching' intercultural. «Nos apoyamos en el desarrollo competencial y el entrenamiento conductual, proporcionando una perspectiva global, realizando una evaluación profunda, facilitando la gestión intercultural y reconociendo a las organizaciones hoteleras comprometidas con el logro del estado de bienestar y el rendimiento de alta calidad», dice.

La compañía malagueña ha trabajado en estos casi cinco años con medio centenar de administraciones públicas y firmas multinacionales, como Les Roches de Marbella, los hoteles Marriott de Estepona, Alhambra Palace, American Express, Tokiota, la cervecera



Juan Diego Salinas, de rodillas en el centro, rodeado de su equipo de profesionales, en las instalaciones de la firma en el Parque Tecnológico. :: SUR

LOS DATOS

64

Son los países que ha visitado Juan Diego Salinas desde que comenzó a viajar con 21 años y tiene 44.

50

Son los clientes que ha tenido la empresa desde su fundación en 2013, con más de mil personas que han asistido a sus sesiones.

25%

Es el incremento de la facturación que espera alcanzar la firma en este año con respecto a 2017.

San Miguel, El Higuero, Vals Sports, Promálaga, Marinas del Mediterráneo, la Mancomunidad de la Costa del Sol Occidental, CECO, ASEMPAL o la Policía local de Benalmá-

dena, entre otras. Además, la empresa ha llevado a cabo procesos de 'coaching' en español y en inglés por toda España y a clientes de Marruecos, Andorra o Austria.

Para este año, Salinas explica que la principal línea de negocio a desarrollar será la hotelera. «Ofrecemos sesiones para el desarrollo del talento, el liderazgo en el hotel y la implementación de la estrategia del hotelero o propietario hacia la experiencia del consumidor», explica el 'coach' malagueño, quien asegura que la clave de esta técnica es «fomentar la participación, la corresponsabilidad y la automotivación de los trabajadores, saliendo de la zona de confort», apostilla.

«Las fronteras multinacionales han dado paso a las barreras multiculturales. El sector hotelero es un excelente ejemplo de este paradigma, tanto por la diversidad nacional de sus empleados, la fusión de cadenas a nivel global y, por supuesto, los huéspedes de cualquier parte del planeta», reflexiona Salinas, quien destaca que en sus se-

siones introduce siempre «esta variable cultural entre las palancas de optimización de la excelencia del servicio, tanto para el cliente interno como para conseguir la satisfacción del cliente externo».

Para alcanzar estos objetivos, Coaching Airlines estuvo presente en la última edición de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur), donde Salinas llevó a cabo un estudio que relaciona el papel del

personal en la estrategia de negocio de la empresa dentro del sector hotelero. Su objetivo era abarcar respuestas de responsables de empresas que suman más de 500 hoteles y 15.000 empleados en toda España.

Una disciplina nacida en los años setenta con orígenes en Sócrates

:: E. CABEZAS

MÁLAGA. 'Coaching' es una palabra inglesa que puede traducirse como «entrenamiento», pues procede del verbo inglés 'to coach' que viene a significar «entrenar». Por tanto, el 'coach' es quien «entrena» y el 'coachee' es el cliente, es decir, quien es entrenado. De hecho, los orígenes modernos de esta disciplina se sitúan a mediados de los años setenta del pasado siglo. Comenzó a aplicarse dentro del ámbito deportivo cuando Timothy Gallwey, profesor de Literatura y capitán en la Uni-

versidad de Harvard del equipo de tenis, se dio cuenta de que el principal freno de un deportista «no está en su cuerpo, si no en su mente», creó un método y publicó el libro 'El Juego Interior'.

Después, el piloto y empresario John Whitmore llevó el método de Gallwey al medio empresarial inglés con gran éxito, convirtiéndose en el precursor del 'coaching' de negocios, ejecutivo y personal. De hecho, ambos son los principales exponentes de la corriente del 'coaching humanista', originado y desarrolla-

do principalmente en Europa, y cuya práctica está basada en la aplicación de herramientas de la psicología humanista, poniendo el énfasis en el ser humano, en su potencial interior y en la capacidad de elección de una vida mejor. No obstante, los antecedentes históricos más remotos del 'coaching' se encuentran en la filosofía griega, principalmente en Sócrates, quien creó un método llamado 'mayéutica', consistente en un proceso inductivo, a través de preguntas reveladoras con sus discípulos.