

Business OPTOM

Sala N-111 + N-112

Viernes, 17 de febrero de 2012

De 16:00 a 17:00 horas



María Julieta
Balart Gritti

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y master en Recursos Humanos y en Administración de Empresas, es coach profesional y coach sistémica certificada, profesora acreditada de Eneagrama y profesional certificado por Belbin. Su experiencia laboral se ha desarrollado en puestos directivos de diversas empresas, además de dedicarse al mundo de la consultoría y la formación de directivos desde hace veinte años.

Cómo afrontar la crisis aplicando el sentido común

En el mundo empresarial, el sentido común resulta esencial para, por ejemplo, liderar mejor, tomar decisiones más acertadas, resolver conflictos o afrontar la crisis. Esta presentación analizará este concepto, que podría definirse como aquello que debe compartir la especie humana, ya que asegura la supervivencia individual y colectiva. Si bien estas bases de conducta cooperativa y solidaria siguen estando presentes, factores como la falta de tiempo, la crisis, las fuertes exigencias laborales o el estrés hacen que las personas solo tengan en cuenta sus propias necesidades y deseos y, además, busquen conseguirlos de la forma más fácil o más rápida, sin considerar el impacto o las consecuencias que sus acciones o decisiones puedan causarles a sí mismos o a los demás. Estos conflictos se podrían evitar con la aplicación del sentido común.

Sábado, 18 de febrero de 2012

De 16:00 a 17:00 horas



Jaime
Pereira
García

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, ha trabajado para compañías como El Corte Inglés y Manpower, ha ocupado el puesto de director de Recursos Humanos de Unilever, Johnson Wax y Sanitas, y ha asesorado a grandes empresas y organizaciones. Actualmente, colabora con el Instituto de Liderazgo, compatibilizándolo con el cargo de director general de la empresa Trazo Creativos, e imparte formación en diversas instituciones.

Liderazgo elegante

Las empresas que más sobresalen se caracterizan por una fuerte cultura organizativa y una estrategia clara. Además de estos dos aspectos, cabe añadir otros factores, como un nuevo estilo de liderazgo centrado en los procesos de transformación. La presentación se centrará en el denominado "liderazgo elegante", que debe conformar el marco de la nueva organización, tanto para empresas grandes como medianas y pequeñas. Este liderazgo está basado en la fórmula DAC (dirección, alineamiento, compromiso): dirección clara de hacia dónde se va y para qué, alineamiento de todas las personas y recursos para ir en la misma dirección sin dispersión, y compromiso del equipo para generar la confianza necesaria. El resultado es una organización formada por personas activas, rompedoras de barreras formales, promotoras de acciones ágiles, en proceso constante de mejora, con una gestión itinerante, evitando fronteras internas y fomentando la conversación cruzada por medio de redes informales.

Domingo, 19 de febrero de 2012

De 14:00 a 15:00 horas



Jesús
Ferradás
González

Ingeniero agrónomo por la Universidad de Lugo, ha realizado un programa de formación superior en Trade Marketing en el Centro Superior de Marketing de Madrid, un Master en Marketing Operativo en Ralston Purina en St. Louis (Estados Unidos) y un Master en Marketing Estratégico en la Universidad de St. Louis. Actualmente trabaja como consultor-formador en Esic-Executive Education y ocupa el cargo de presidente de Optimizer System.

Claves y tendencias en la gestión de la óptica del siglo XXI

¿Cuáles son las claves del éxito en el manejo y gestión del punto de venta en un establecimiento sanitario de óptica? Jesús Ferradás González abordará una serie de cuestiones que garantizan ese éxito. En primer lugar, se analizará el entorno y las tendencias del mercado para, a continuación, poner el énfasis en la ventaja competitiva, es decir, aquel aspecto que diferencia a una empresa de sus competidoras y que otorga valor a sus productos o servicios. En este sentido, el cliente no es lo primero: los empleados son lo primero. Además, en las ópticas no se venden gafas, sino su utilidad o su belleza. Por último, se explicará en qué consisten la implantación, la animación y la gestión, y se desarrollarán los conceptos de crossselling o venta cruzada y upselling, que es la propuesta de productos o servicios de mayor valor.