



**PROGRAMA  
ESCUELA DE  
EMPRESA 2011**



**Información e inscripciones**

**CdO España**  
C/ Raimundo Lulio, 3 – 3º  
28010 Madrid

Tel / Fax: 917 320 707  
escueladeempresa@cdo.es  
www.cdo.es





## Persona y organización

Fecha: 13-14 enero de 2011

15-16 diciembre de 2011

Docente: [Bernhard Scholz](#)

Docentes: [Bernhard Scholz](#) (15 dic) y [Francesco Liuzzi](#) (16 dic)

"Conducir a las personas" quiere decir ante todo dar a las personas la posibilidad de responsabilizarse y de convertirse en protagonistas y no en meros ejecutores del propio trabajo, encontrando una satisfacción, al mismo tiempo, profesional y personal.

Para poder afrontar este desafío ambicioso, el seminario ofrece los conocimientos que, sobre las relaciones entre las exigencias personales y los objetivos empresariales, entre motivación y rendimiento, entre trabajo individual y trabajo de grupo, se establecen en toda empresa.

Como instrumentos de una dirección eficaz son presentados la delegación y la reunión sistemática. Se añaden reflexiones sobre la comunicación interpersonal, la comunicación organizativa y el liderazgo. De este modo los participantes podrán definir recorridos internos que le permitirán desarrollar las potencialidades del propio personal.

Después del seminario será posible activar una jornada de workshop, cada pocos meses, de modo que cada participante tendrá la posibilidad de reconducir su experiencia a la luz de los conocimientos adquiridos y junto al intercambio continuo con otros participantes para comprender mejor la "identidad" de su empresa, sus necesidades y las potencialidades específicas, a fin de garantizar con mayor eficacia el crecimiento del capital humano.

El seminario y el workshop se dirigen a todas las personas del mundo "profit" y "non profit" que cubren una función que implica la guía de personas.



## Estrategias para competir, métodos para crecer

Fecha: Pendiente de determinar

Docente: [Alessandro Kadolph](#)

El verdadero desafío en los nuevos escenarios competitivos y globalizados es encontrar, mantener y desarrollar una clientela capaz de garantizar el beneficio. No hay fórmulas mágicas. Hace falta seguir un método que valore y ponga el énfasis en los clientes, verdadero recurso de la empresa. Una verdadera comprensión del mercado permite, de hecho, engendrar oportunidades de retorno de la inversión y una adecuada rentabilidad empresarial.

El objetivo del recorrido propuesto exige una mirada más amplia a la lógica del mercado actual, a los contextos competitivos y a las lógicas renovadas de elección de los clientes. En un contexto cada vez más competitivo no basta con orientarse a la excelencia del producto, hace falta orientarse hacia un mercado que cambia, que, aunque lleno en amenazas ofrece, al mismo tiempo, innumerables oportunidades para descubrir e inventar. Es necesaria una mirada empresarial nueva, más flexible y dispuesta al cambio si se quiere hacer frente a los desafíos del presente. En esta dirección es importante reforzar una aptitud estratégica antes que táctica: quien piensa bien actúa bien. Estar vinculados únicamente a los mecanismos del precio y del producto no permite descubrir un espacio adecuado de expresión de empresa y, a la larga, también de su sostenibilidad. Las elecciones empresariales tienen que responder a un mercado hecho de clientes que tienen nuevas exigencias y necesidades. Una empresa que desee ser competitiva debe constantemente trabajar para recoger los datos del mercado, segmentando y estableciendo una correcta orientación hacia el cliente. Debe, además, buscar un adecuado posicionamiento si quiere desempeñar un papel primordial en el mercado de referencia.

En esta perspectiva, sólo después de un análisis estratégico, se pueden refinar los instrumentos operativos y estructurar planes de intervención para una renovada y eficaz acción. Un adecuado empleo de los mecanismos de mercado (producto, precio, promoción y punto de venta) sólo puede realizarse después de haber comprendido donde quiere ir la empresa. Una buena implementación, finalmente, permitirá un control de la eficiencia de la acción programada. La fuerza de venta representa la principal presencia de la empresa en el territorio: ella debe, por tanto, ser, en primer lugar, portavoz de una identidad empresarial clara y compartida.



## Organizar la empresa

**Fecha:** Pendiente de determinar

**Docente:** [Francesco Liuzzi](#)

Organon (en cuanto organización) significa en griego "instrumento" y al mismo tiempo organizar en sentido estricto, es decir, dividir el trabajo asignando tareas y responsabilidad a personas y grupos, es un instrumento insustituible para desarrollar la empresa. Las elecciones organizativas implican por un lado la lectura del contexto del entorno y del mercado en el que la empresa tiene que medirse y, por otro, una concepción de la persona y del trabajo. Tomar conciencia de cómo estos dos aspectos son involucrados en la forma que se da a la organización es el primer paso para desarrollar esta dimensión de la empresa. El paso siguiente es, en lugar de enfocar problemas y puntos de debilidad, comprender todos los recursos positivos a nuestra disposición: personas, relaciones, competencias, logros, etc, y, a partir de la comprensión de lo positivo que ya tenemos, emprender el recorrido del cambio para dilatarlo.

### *A quien se dirige*

El recorrido propuesto se dirige a todas las personas que, dentro de la empresa, son responsables de diseñar y desarrollar la estructura organizativa ya sea a partir de responsabilidades de gestión, ya sea porque desempeñan un papel especializado sobre esta dimensión.

### *Programa*

La primera parte del seminario está dedicada a comprender cuáles son los modos de pensar de la organización, implícitos en las elecciones y en los modelos implementados. En particular, se quiere facilitar la comprensión de cómo las elecciones organizativas implican una concepción de la importancia del mercado, de la autonomía de las personas, de la gestión del poder y la cultura, entendida como la atribución de significado de los hechos que ocurren en cada momento en la empresa, aunque a menudo de forma implícita.

También se quiere estimular una reflexión sobre cómo un cambio eficaz y desarrollo organizativo pueda partir de la conciencia de lo positivo en acto y no, como la mayoría de los enfoques propuestos sugieren, de la identificación de problemas y de sus - posibles - soluciones.

Además se pondrá de relieve la importancia de las diferentes formas en que se interpreta y se configura la misma organización posponer a muchas formas en que se concibe y actúa sobre la función gerencial.

A continuación se proponen algunos elementos de diseño relacionados con las estructuras organizativas, la definición de funciones y procedimientos de coordinación, poniendo siempre en relación estos aspectos "técnicos" con las opciones culturales y de mercado que se orientan hacia la utilización. Por último, nos centraremos en los procesos evidenciando, también en este ámbito, cómo su definición no es el fruto de una técnica neutral, sino el resultado de decisiones precisas sobre cómo involucrar a las personas en la consecución de los objetivos de la empresa.



Los módulos de Escuela de Empresa CDO 2011 se desarrollarán en los lugares y fechas que a continuación se detallan:

### Madrid

#### **“Estrategias para competir, métodos para crecer”**

Fecha: Pendiente de determinar

Docente: [Alessandro Kadolph](#)

#### **“Organizar la empresa”**

Fecha: Pendiente de determinar

Docente: [Francesco Liuzzi](#)

#### **“Persona y organización”**

Fecha: 15-16 diciembre de 2011 (inscripción antes del 1 de diciembre de 2011)

Docentes: [Bernhard Scholz](#) (15 dic) y [Francesco Liuzzi](#) (16 dic)

### Santa Cruz de Tenerife

#### **“Persona y organización”**

Fecha: Pendiente de determinar

Docente: Eduardo Rodríguez Pons

El programa completo de cada uno de ellos se puede descargar de la web de la CdO, [www.cdo.es](http://www.cdo.es)

**Precio:** 500 €; socios CdO 350 € para empresas lucrativas y 200 € para entidades sin ánimo de lucro. Incluido coffee break y comida de ambos días.

Máximo 20 asistentes por curso.

**Información e inscripciones:** [escueladeempresa@cdo.es](mailto:escueladeempresa@cdo.es) y en el teléfono 91 732 07 07