



Conferencia I:

“Transformar para liderar: El poder del Coaching Ontológico en las Organizaciones del Siglo XXI”

Disertante:

Aliné Godoy Prats

- Máster Coach Organizacional Ontológica
- Pos-título en Coaching Ontocorporal
- Especialista en PNL, Psicología Gestáltica y Psicología para Coaches
- Fundadora y Co-directora de Oz Escuela de Líderes
- Facilitadora de Talleres Organizacionales y de Entrenamientos Intensivos de Liderazgo Transformacional
- Miembro de la Comisión Directiva de la Delegación Corrientes de la AACOP (Asociación Argentina de Coaching Ontológico Profesional)
- Directora de la Diplomatura Universitaria en Ontología aplicada al Coaching y Liderazgo en la Facultad de Medicina de la UNNE
- Profesora de Inglés (Lecto-Comprensión en Inglés Jurídico) en la Facultad de Derecho de la UNNE
- Profesora de Teatro
- Terapeuta holística en consultorio propio

Fundamentación:

En un entorno organizacional marcado por la complejidad, la incertidumbre y la necesidad de innovación constante, los modelos tradicionales de liderazgo y gestión han quedado obsoletos. El coaching ontológico emerge como una disciplina poderosa que no sólo transforma la forma en que los líderes se comunican y gestionan, sino que impacta directamente en la cultura organizacional, generando contextos más conscientes, colaborativos y orientados al aprendizaje.

Este enfoque parte de la premisa de que el lenguaje no solo describe la realidad, sino que la crea. Por tanto, al intervenir en las conversaciones, creencias, emociones y formas de ser de las personas, el coaching ontológico facilita procesos de transformación profunda que mejoran los resultados individuales y colectivos.

Objetivos de la charla:

- Introducir los fundamentos del coaching ontológico y su distinción frente a otros tipos de coaching.
- Comprender cómo las interpretaciones, emociones y el lenguaje influyen en los resultados organizacionales.



- Explorar cómo el coaching ontológico puede mejorar el liderazgo, la comunicación y la gestión del cambio.
- Analizar casos de aplicación concreta en organizaciones y sus resultados transformadores.
- Invitar a reflexionar sobre el ser del líder y su impacto en la cultura organizacional.

Contenidos temáticos:

- ¿Qué es el coaching ontológico?
- Ontología del lenguaje: el lenguaje como generador de realidad
- Emociones, cuerpo y aprendizaje
- El liderazgo como una forma de ser
- Impacto organizacional del coaching ontológico
- Casos prácticos y experiencias en empresas
- Espacio de cierre y reflexión

Bibliografía sugerida:

- Echeverría, R. (2003) Ontología del lenguaje. Ed. Granica.
- Echeverría, R. (2006) La empresa emergente. Ed. Granica
- Flores, F. (1982) Conversaciones para la acción.
- Kofman, F. (2001) La empresa consciente. Ed. Granica.
- Maturana, H. (2006) El sentido de lo humano. Ed. Granica.
- Maturana, H.; Varela, F. (1995) El árbol del conocimiento. Ed. Lumen.
- Senge, P. (2005) La quinta disciplina. Ed. Granica.

Metodología:

- Exposición conceptual con soporte visual.
- Uso de ejemplos reales y casos breves.
- Dinámicas breves de reflexión individual y/o en pares.
- Espacio para preguntas y conversación final.



Conferencia II

“¿Quién mató a la experiencia del cliente?”

Disertante:

Alejandro Rostagno

- Gerente Comercial +30 años de experiencia en áreas comerciales
- Especialista en TICs, CRM-Marketing de Relaciones, Atención al cliente, Centros de Atención, Venta Consultiva...
- Conferencista internacional (USA, Ecuador, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia, Argentina)
- Consultor en desarrollo comercial y transformación digital
- Coach ontológico certificado
- SOAR Practitioner (USA) certificado
- Mentor de empresarios y emprendedores
- Docente universitario
- Capacitador y entrenador de equipos comerciales, emprendedores, empresarios

Fundamentación:

En un mundo empresarial y profesional hiper-competitivo, global, con productos y servicios que tienden a igualarse, a “commoditizarse”, en el que cada día surgen competidores nuevos, en el que los clientes están muy informados y muy empoderados, conseguir un resultado, positivo o negativo, se juega en los “detalles”.

Interesar, atraer, satisfacer y fidelizar clientes, son verbos imprescindibles para crear y hacer crecer negocios sustentables, sin importar a qué sector de la actividad te dediques. Es imperioso que los empresarios, emprendedores, profesionales, dueños y gerentes de empresas de todo tamaño, tomemos verdadera conciencia que tenemos que pensar y ejecutar estrategias que nos permitan garantizar Experiencias de Cliente (CX) positivas y memorables. ¡Los necesitamos!

Muchas veces, estos conceptos están presentes como una simple declaración de buena voluntad, como una promesa con poco contenido real, o directamente, ni siquiera aparecen en la agenda.

Y como si faltase confusión, aparece la tentación de la tecnología como camino mágico para resolver todo.

Después de haber abordado muchísimos casos en tantísimos años, hoy traemos historias simples, de problemas demasiado habituales en la atención al cliente. Dolores frecuentes y concretos, que también sufrimos cuando los clientes somos nosotros.

Traemos un abordaje terrenal de estos temas, y con lenguaje directo, historias breves, concretas, prácticas, de cómo los fuimos resolviendo. Historias de película!



Objetivos:

- Abordar el proceso de marketing con un enfoque humano, en el medio de tanta IA y tecnología que abunda, en un contexto donde las empresas tienden y/o buscan automatizar, considerando que los clientes son humanos y, por tanto, tienen emociones.

Contenidos temáticos:

- El ecosistema empresarial, hablando de negocios: desde la atracción (acciones de marketing para atraer clientes); todo el proceso de atención y venta, con las oportunidades y los errores que hay; y la fidelización para el post.



Conferencia III

“Vivimos negociando, hagámoslo mejor”

Disertante:

Bernardo Bárcena

- Licenciado en Administración UBA.
- Magister en Administración MBA.
- Doctorando en Administración.
- Docente de Liderazgo en Posgrados y Maestrías de 9 Universidades.
- Autor de tres libros de Liderazgo y Negociación.
- Fundador de BBL Bernardo Bárcena Liderazgo www.instagram.com/bernardo_barcelona
- Dictó alrededor de 5.000 cursos y conferencias en América, Antártida, España, Turquía, y en la Fragata Libertad en navegación.

Fundamentación:

Las competencias conductuales de negociación y gestión de conflicto están en el centro del ejercicio del liderazgo, donde la habilidad para negociar y orquestar conflictos productivos es fundamental para generar transformaciones en personas, equipos y organizaciones. Durante la charla se hará foco en:

- Incorporar conocimientos y habilidades que les permitan lograr acuerdos en todos los ámbitos de su vida.
- Entrenarse en la orquestación de conflictos productivos para movilizar transformaciones.

Objetivos de la charla:

Se espera que los participantes:

- Puedan prepararse correctamente para negociar.
- Distingan posiciones de intereses.
- Desarrollen su inteligencia emocional, fundamentalmente durante negociaciones de alto impacto.
- Generen opciones creativas que les permitan lograr más y mejores acuerdos.
- Alcancen acuerdos que satisfagan razonablemente los intereses de todas las partes involucradas.
- Comprendan la relevancia de la gestión del conflicto productivo.

Contenidos temáticos:

Modelo de Negociación de Harvard Business School

- Clave 1: Preparar la negociación
- Clave 2: Negociar en base a intereses y no a posiciones



- Clave 3: Separar a la persona del problema
- Clave 4: Inteligencia emocional
- Clave 5: Generar opciones creativas
- Clave 6: Basarse en criterios objetivos
- Clave 7: Elaborar una M.A.A.N.
- Clave 8: Construirles un Puente de Oro
- Clave 9: Formular propuestas

Bibliografía sugerida:

- Bárcena, B. "Trato hecho, cómo lograr acuerdos en la vida cotidiana"
- Bárcena, B. "Negociación, cómo hacer posible lo imposible"
- Falco, A. "Convénceme, ciencia y arte de la persuasión"
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. "Sí de acuerdo, cómo negociar sin ceder"
- Voss, C. "Rompe la barrera del no"



Conferencia IV

Título:

“2026: Entre la macro, la innovación y la cirugía de costos”

Disertante:

Gustavo “Lacha” Lazzari

- Licenciado en Economía por la UCA
- Docente universitario y de nivel secundario
- Dicta charlas de economía a empresas PYMES en diferentes puntos del país
- Empresario PYME, titular del frigorífico Cárdenas

Fundamentación:

Poner de relieve que mejores impuestos repercuten en mayor recaudación para el fisco. El sector público en su rol de oferente de bienes públicos no debería tender a su sobredimensionamiento generando con ello cargas impositivas que imposibilitan el funcionamiento de una empresa. El estado en sus tres niveles debe tomar la dimensión que sea pagable por el sector privado.

Objetivos:

- Ofrecer a los participantes una charla acerca de la coyuntura microeconómica argentina, considerando los componentes de costos para la actividad del sector privado. Se hará foco en los aspectos conceptuales impositivos que les faculta a los diferentes niveles del estado (nacional, provincial y municipal) a gravar un mismo hecho imponible y cómo esto repercute en una menor actividad económica.

Contenidos temáticos:

- Repaso de estimaciones y/o datos de crecimiento, consumo, inversión, finanzas públicas, sector externo, alícuotas de los impuestos nacionales y provinciales más importantes.
- Revisión de conceptos económicos básicos y autores de la escuela austriaca de economía.