

Disney enseña los secretos de su modelo de negocio a ejecutivos argentinos

El Disney Institute volverá a ofrecer un seminario en Buenos Aires para directivos locales. El gigante del entretenimiento asegura que sus experiencias de management y liderazgo pueden servir a otras empresas

EL CRONISTA Buenos Aires

Este mes, más de 300 ejecutivos argentinos se sentarán a aprender sobre liderazgo y *management* al estilo Disney. Es que el gigante del entretenimiento -cuyo modelo de negocios siempre generó admiración entre directivos de todo el mundo- cuenta con su propio instituto de capacitación y, por segunda vez, traerá su programa de desarrollo profesional a la Argentina, esta vez, con dos charlas: una en Buenos Aires y otra en Córdoba.

Desde 1986, a través del Disney Institute, la empresa fundada por Walt y Roy Disney viene capacitando a miles de ejecutivos de más de 35 países en temas como liderazgo, gestión de personas, calidad de servicio, lealtad, fidelidad, gestión de la cadena de valor y creatividad. Según las estadísticas del instituto, casi la mitad de las empresas de la lista Fortune 100 participaron de sus seminarios.

También organizaron programas a medida para empresas como Häagen-Dazs -que apuntaban a lograr la satisfacción de los empleados y clientes- Miami International Airport, Siemens, Volvo y la cadena de jugueterías Toys R Us.

"Uno de los puntos que se tratan en las charlas es cómo lograr inspirar a los empleados", cuenta Martín Pérez Cambet, director general de WOM Latam, la empresa organizadora del evento.

En Buenos Aires, los disertantes serán dos ex empleados de Disney, Jack Santiago y Fernando Beltrán, que pasaron por distintas áreas. "Por lo general se organizan grupos de 8 participantes y los speakers recorren las mesas redondas. Hay un es-



En una charla se pueden conocer los principios del management y liderazgo al estilo Disney

El Disney Institute viene capacitando a miles de ejecutivos en temas como liderazgo y gestión de personas

cenario para arrancar pero después todo es muy dinámico. Todos se animan a preguntar y contar sus experiencias", agrega Pérez Cambet.

La primera vez que el Disney Institute realizó una charla en Buenos Aires fue en mayo de este año y convocó a unos 500 ejecutivos, una cifra que sorprendió a los propios organizadores. Aunque los directivos pertenecían a rubros variados, la mayoría era de firmas relacionadas

con el entretenimiento, como casinos y cadenas de juegos electrónicos presentes en shoppings. La charla se extenderá por una jornada y se realizará el 31 de agosto en el Hotel Intercontinental. Tiene un costo de \$ 2700 por persona (hay descuentos por grupo).

"Walt Disney World fue fundada sobre el pilar de la creatividad, por eso continúa alentando a promover el poder creativo de los equipos como la base para generar el éxito de la organización", explican desde el Disney Institute. En las charlas, a través de anécdotas y casos prácticos, suelen brindarse elementos para fomentar la cultura participativa, establecer una identidad organizacional, dise-

La primera vez que el Disney Institute realizó una charla en Buenos Aires convocó a 500 ejecutivos

ñar estrategias de toma de riesgos y decisiones y lograr resultados mensurables a través de la estructura y los procesos.

Más allá de los seminarios que se exportan a ciudades de todo el mundo, como los que realizaron en Buenos Aires, el Disney Institute cuenta con programas de capacitación que se llevan a cabo en el gigantesco parque de Disney en Orlando y que incluyen recorridos y visitas al "detrás de escena".