THE Leadership SUMMIT

REDEFINIENDO EL LIDERAZGO
EN TIEMPOS DESAFIANTES

03.SEPT.2025

MAIN TAKEAWAYS ABSTRACT

Intras®
Integral Training Solutions

DE LOS FARAONES A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Los pilares atemporales e inalterables del liderazgo que todo líder moderno debe integrar

JAVIER FERNÁNDEZ AGUADO

Grand Keynote
Javier Fernández Aguado

Javier Fernández Aguado nos guía a través de la historia para extraer enseñanzas y principios inalterables del liderazgo:

Ramsés II (1274 a.C., batalla de Qadesh contra los hititas)

Ramsés II era un líder brillante en muchos aspectos, pero carecía de humildad. Introdujo un sistema de retribución variable (bonus por resultados), innovador en su tiempo. Sin embargo, lo diseñó de forma poco sensata: exigía pruebas físicas de las bajas enemigas, lo que generaba riesgos absurdos.

Enseñanzas:

- La soberbia no solo es un pecado, sino sobre todo una estupidez.
- Los sistemas de motivación deben estar bien diseñados y tener sentido común.
- Un líder necesita humildad y capacidad de rectificación.

Aristóteles (siglo IV a.C., maestro de Alejandro Magno)

En su **Ética a Nicómaco**, explica a su hijo tres pasos esenciales para triunfar:

1. Saber dónde estamos.
2. Saber dónde queremos estar.
3. Cómo llegar hasta allí.

Añade las cuatro causas que deben analizarse:

1. **Causa eficiente:** el trabajo y la cultura del esfuerzo.
2. **Causa material**: los medios disponibles, analizar las circunstancias.
3. **Causa formal:** el modelo elegido.
4. **Causa final:** el propósito (la razón última por la que actuamos).

Enseñanzas:

- Todo líder debe definir con claridad su propósito y el de su organización.
- El trabajo constante y el análisis de medios y modelos son imprescindibles.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Marco Licinio Craso y Julio César (siglo I a.C., Primer Triunvirato en Roma)

Se forma el Primer Triunvirato en Roma: Julio César, Pompeyo Magno y Marco Licinio Craso. Julio César, conocedor de la debilidad de Craso (la codicia), lo manipuló enviándolo a Partia con la promesa de más riquezas. Craso cayó en la trampa, perdió la batalla de Carras (55 a.C.) y murió humillado por su obsesión por el oro.

Enseñanzas:

- La ambición puede ser legítima, pero la codicia ciega y destruye.
- Un buen líder debe conocer las motivaciones de los demás y las suyas propias para no ser manipulado.

San Bernardo de Claraval y el Papa Eugenio III (siglo XII)

Eugenio III pidió a Bernardo un "manual de liderazgo", plasmado en el **Libro de la consideración**. Bernardo señala tres principios esenciales:

1. **Saberlo todo.** Un líder debe estar informado, dominar la comunicación y conocer lo que ocurre en su organización.
2. **Disimular mucho.** A veces conviene "hacerse el desentendido" para no precipitarse en decisiones. El buen líder sabe esperar.
3. **Reñir poco.** Corregir en frío, en privado y por el bien de la persona; nunca como desahogo ni venganza.

Enseñanza:

- Liderar requiere información, prudencia y capacidad de corregir con justicia y serenidad.

Adolf Hitler (siglo XX, Segunda Guerra Mundial)

Hitler no era un líder, sino un **manipulador**. Se rodeaba de mediocres (Ribbentrop, Göring, Goebbels) para no sentirse cuestionado. Expulsó a los pocos competentes de su entorno (como los mariscales von Fritsch y von Blomberg) y se quedó con aduladores sin criterio.

Enseñanzas:

- Los dirigentes mediocres buscan rodearse de personas más débiles para parecer fuertes.
- Un verdadero líder elige colaboradores de primera categoría.

Stalin (siglo XX)

Su obsesión era el poder y los resultados, no las personas. Un ejemplo lo ilustra: en su última conversación con Lenin, este le dijo: "Ojalá te sigan como me han seguido a mí". Stalin respondió: "No te preocupes, camarada; si no me siguen a mí, enseguida te seguirán a ti".

Enseñanzas:

- Stalin representa al **ingeniero social** que manipula masas sin valorar la vida individual.
- El líder mejora el grupo, lo convierte en equipo y lo lleva a un lugar mejor.
- El manipulador mantiene al grupo y lo lleva a un lugar peor que aquel en el que estaba cuando llegó.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Eisenhower (siglo XX, desembarco de Normandía, 1944)

Dirigía a cientos de miles de soldados aliados. Frente a los campos minados, buscó soluciones técnicas para salvar vidas.

Enseñanzas:

- Un líder sabe contar hasta uno**.** Cada persona importa, no es una cifra intercambiable o herramienta descartable.
- El liderazgo auténtico se centra en individuos, no en masas.

San Alberto Hurtado (siglo XX, Chile)

Jesuita, creador de la obra social *Un techo para Chile*. Inspirado en san Agustín, recordaba:"Nos quejamos de los tiempos. Si queremos que los tiempos cambien, cambiemos nosotros, porque nosotros somos los tiempos".

Enseñanzas:

- El liderazgo exige responsabilidad personal. El cambio empieza en uno mismo.
- El líder auténtico transforma realidades desde la acción concreta y el ejemplo.

Diferencias clave:

- Un **gerente** logra que otros hagan lo que deben hacer. Un **líder** consigue que otros quieran hacerlo. Un **manipulador** lleva al grupo a un lugar peor.

Sobre el liderazgo y la ética en el liderazgo:

- El liderazgo es un idioma que se aprende: requiere **técnica, habilidades interpersonales y ética**. La ética es esencial.
- La ética no es un adorno ni un arma contra otros, sino un **espejo personal**. Cada líder debe preguntarse si es decente. No se trata de compararse con los pecados del mercado, sino de exigirse a uno mismo
- Sin ética, todo lo demás se convierte en manipulación.

Javier Fernández Aguado concluye recordando que el liderazgo se recibe, no se impone:

- "El liderazgo es la pleitesía que una persona genera independientemente del poder que tenga".
- Y retoma la frase de san Agustín, transmitida por Alberto Hurtado: "Si queremos que los tiempos cambien, cambiemos nosotros, porque nosotros somos los tiempos".

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

EL NUEVO ADN DEL LÍDER

Liderando con agilidad, adaptabilidad y conexión en tiempos exponenciales

ALEJANDRO MELAMED

The Breakthrough Session
Alejandro Melamed

Ichigo-ichie es una expresión japonesa que se traduce de manera aproximada como "una vez, una oportunidad". Este concepto nos invita a vivir cada momento o encuentro con atención plena y gratitud y a valorar la importancia del presente, porque esto que estamos viviendo no se repetirá nunca más.

Alejandro Melamed destaca que estamos viviendo una "nueva normalidad" de cambio, marcada por 3 dimensiones. El CAMBIO 3-D es:

- Omnipresente: se desarrolla en múltiples áreas de la vida a la vez
- Continuo: ocurre todo el tiempo, de manera permanente
- Exponencial: se acelera a un ritmo cada vez más rápido

Reflexionemos sobre esta paradoja expresada por Marshall Goldsmith, gran pensador de liderazgo y coach de coaches: lo que nos llevó al éxito en el pasado no nos llevará en el futuro.

¿Cómo lideramos en este contexto de cambio? Cuando el contexto está generado, los textos fluyen. Si el contexto es saludable, el texto es saludable. Si el contexto es tóxico, el texto es tóxico. Hay que generar contextos en los que las personas quieran estar. Es frecuente ver cómo, cuando aumenta la presión en lo personal o en lo organizacional, la tolerancia disminuye, lo que nos hace estallar ante los problemas o situaciones.

Lo que necesitamos es serenidad, humanidad y transparencia para enfrentar las dificultades.

Como líderes, debemos pasar de saberlo todo a aprenderlo todo. Debemos pasar del líder con todas las respuestas al líder con las preguntas más potentes.

Por otro lado, es vital entender que los valores del líder se materializan en su comportamiento. El comportamiento del líder tiene impacto sobre la cultura de la organización. La cultura tiene impacto sobre el clima. El clima de la organización afecta el compromiso de las personas y este, a su vez, tiene impacto sobre el desempeño.

Un líder que no se transforma no puede pedir a su equipo que se transforme. Pero si el líder logra que su equipo se transforme, la organización también se transformará.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Intras Integral Training Solutions

El modelo de liderazgo exponencial de la Singularity University tiene cuatro planos:

1. **Futurista:** el líder imagina con audacia y coraje nuevos futuros para visualizar las grandes oportunidades.
2. **Innovador:** el líder como impulsor de la innovación en todas las áreas de la organización y de una cultura de descubrimiento para encontrar los caminos para hacerlo realidad.
3. **Tecnológico:** el líder abraza la tecnología, tiene una obsesión sana por ella y explora nuevos modelos de negocio para construir las herramientas necesarias.
4. **Impacto**: el líder diseña soluciones con propósito superior para tener un impacto positivo y servir a las personas, a la sociedad y al planeta.

Hablemos de liderazgo en la era de la inteligencia artificial. Estamos viendo el fenómeno FOBO **(*F**ear **o**f **b**ecoming **o**bsolete*) o miedo a volverse obsoleto. Lo obsoleto es lo que funciona pero ya no sirve. El término FOBO describe la ansiedad que sienten algunos líderes frente a la posibilidad de que sus roles sean reemplazados por la inteligencia artificial.

Hay cuatro tipo de organizaciones y de líderes en términos del despliegue y uso de la IA:

1. Los que lo prohíben
2. Los que lo permiten
3. Los que lo impulsan
4. Los que lo obligan.

Lo que debemos entender es que lo que prohibimos, tarde o temprano, será obligatorio. La IA es una prioridad en las organizaciones, pero pocas poseen la combinación de comportamientos y experiencias necesarias para la era de la IA.

Muchos temen que la IA les quitará el trabajo o los sustituirá, pero no es así. El planteamiento correcto es que los líderes que utilicen IA sustituirán a los que no la utilicen.

La IA nos permite dejar de hacer cosas repetitivas de bajo valor agregado, pero también está presente en lugares que ni nos imaginamos. Necesitamos usarla con inteligencia y prudencia, pues, aunque es un gran asistente que puede ayudarnos mucho, puede alucinar. Esto nos convierte en grandes editores.

¿Por qué la IA no reemplazará a los grandes líderes? Porque los humanos quieren ser guiados por otros humanos, incluso si esa humanidad viene acompañada de defectos y desorden.

Cuanto más humano sea nuestro liderazgo, mejores serán los resultados para nuestros equipos, nuestras organizaciones y nosotros mismos. Con todos los atributos de la IA—más rapidez, precisión, consistencia, etc.— los humanos somos imperfectos pero auténticos. También tenemos corazón, alma, sentimientos, conciencia ética, sentido común y criterio.

La tecnología sin humanidad no conecta, pero la humanidad sin tecnología se queda corta. El futuro pertenece a quienes sepan combinar humanidad y tecnología con inteligencia y propósito. Esto es lo que hace que un líder tenga impacto. En el futuro, lo humano será el lujo.

Vamos hacia un mundo H2H o human to human. Somos personas que vendemos a otras personas. La clave es entender que todo ocurre de humano a humano y que nadie mejor que un ser humano para comprender a otro.

Muchos piensan que cambiaron las reglas, pero lo que cambió es el juego y lo hizo de raíz. Por eso, debemos transformarnos; de lo contrario, nos transformarán. La verdadera urgencia es cambiar para poder transformar a los equipos y, con ellos, a la organización.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Existen cuatro tipos de líderes:

1. Los que suman: aquellos cuya presencia te potencia y te aporta valor.
2. Los que restan: personas que no aportan demasiado y que preferimos evitar.
3. Los que dividen: quienes absorben energía y generan desgaste.
4. Los que multiplican: aquellos que ayudan, inspiran, desafían, enseñan e impulsan a brindar nuestra mejor versión.

Agradezcamos cada vez que surja un desafío que requiera sentido común y cada vez que haya una oportunidad de aplicar conciencia y humanidad que la IA no pueda resolver.

Si no es ahora, ¿cuándo? Este es el momento de demostrar para qué nos hemos preparado durante tanto tiempo. Lo mejor está por venir y depende, en gran medida, de cada uno de nosotros como líderes.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

LA MARCA DEL LÍDER

Las claves para atraer, retener y potenciar el talento en los equipos organizacionales

MARTA IRANZO

Vision Talk
Marta Iranzo

En su presentación, Marta propone una reflexión, tres preguntas y una advertencia.

Una reflexión

Parte de una idea contundente: **los líderes no pueden elegir si tener o no una marca personal, es una obligación.** Vivimos un cambio de era marcado por la transformación continua y la velocidad. En este contexto, las personas deben estar en el centro y tanto los CEO como sus compañías tienen una gran responsabilidad de generar impacto positivo.

Tres preguntas

1. ¿Para qué hablar de la marca del líder y su impacto?

La primera cuestión que plantea es **la utilidad de construir una marca personal como líder.** No se trata de ego ni de exhibición, sino de generar confianza, inspirar a los equipos y reforzar la reputación de la organización.

- **Carrera profesional**: el 93% de los directivos reconocen que el personal branding ha sido clave en su éxito.
- **Confianza en consumidores**: el 82% confía más en compañías cuyos líderes son visibles.
- **Equipos**: un liderazgo con marca personal sólida fomenta compromiso y cohesión.
- **Sociedad**: los líderes visibles se convierten en referentes e inspiran a nuevas generaciones.

Una marca personal sólida tiene impacto en:

- **El líder** → visibilidad, relevancia, proyección, satisfacción.
- **La compañía** → visibilidad, reputación, cultura y marca.
- **Los equipos** → atracción de talento, compromiso, cohesión.
- **La sociedad** → referentes, inspiración, construcción de futuro.

2. ¿Qué es el branding?

La segunda pregunta busca aclarar un concepto que suele confundirse: **branding no es marketing ni reputación.** El branding es **visibilizar un propósito**, con estrategia y a largo plazo. A diferencia de la reputación (lo que los demás piensan), el branding es **intencional**: cómo quiero ser percibido. No es *parecer*, sino ***ser***. El branding o la marca personal se construye con coherencia, autenticidad y transparencia. El marketing puede variar por cuestiones tácticas, pero el branding permanece porque está anclado en el propósito.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Intras Integral Training Solutions

3. ¿Cómo trabajar el branding?

La tercera pregunta nos lleva a lo práctico: **cómo pasar de la reflexión a la acción.** Marta insiste en empezar siempre desde el propósito, el "para qué", y propone varios métodos para descubrirlo:

- **Visualización del legado**: cómo queremos ser recordados.
- **Los 5 porqués**: cuestionar en profundidad el sentido de nuestras acciones.
- **Ikigai**: intersección entre pasión, talento, contribución y profesión.
- **Círculo de Oro de Simon Sinek**: El método favorito de Marta. En su caso, su círculo de oro es:
    - ***Why*?** Dejar el mundo mejor de cómo lo encontró.
    - ***How*?** A través de las empresas como motor de bienestar, con las personas en el centro.
    - ***What*?** Transformando empresas en marcas relevantes.

Siempre se debe empezar por el porqué, el *why*.

Una advertencia

Marta advierte que se debe **apalancar la marca personal del líder con la marca corporativa.**

- Si la marca personal eclipsa a la empresa, esta se debilita cuando el líder se va.
- Si solo existe la marca corporativa, el líder queda sin proyección cuando deja la compañía.
- El equilibrio es clave: ambas deben crecer en paralelo.

Para concluir, tenemos que trabajar nuestra marca personal desde cuatro ejes:

- **Diferenciación**, para destacar frente a los demás.
- **Fidelización**, porque nos permite generar compromiso en nuestros colaboradores y atraer al mejor talento.
- **Rentabilidad**, ya que una marca sólida aumenta el valor percibido de lo que hacemos.
- **Fortalecimiento**, porque cuando enfrentemos una crisis, que tarde o temprano llega, nuestra marca personal será la palanca que nos ayudará a superarla.

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

¡VÁLIDO PARA UN 10 % DE DESCUENTO!

PROGRAMA INTERNACIONAL
DE ACREDITACIÓN DE MENTORES

Red de Mentoring de España

CERTIFICACIÓN EN MENTORING

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Julio Rodríguez

Director de la Red de Mentoring de España

FECHA DE INICIO: AÑO 2026

Para inscripciones llamar a Jacquelin Guzmán
al teléfono: (809) 542-0126

Intras® Integral Training Solutions

SOLUCIONES IN-HOUSE®

¡El crecimiento de su empresa
es nuestra meta!

- Proyectos de acompañamiento transformacionales
- Servicios de capacitación
- Gestión de proyectos organizacionales
- Servicios especiales
- Digital Learning

Tel. (809) 542-0126 • informacion@intras.com.do

Intras® Integral Training Solutions

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Intras® Integral Training Solutions

VIRTUAL EVENT

BEST OF THE BEST

LIDERAZGO **POSITIVO**

SPEAKERS

DÍA 1

KICKOFF SESSION

MARYAM VARELA

El líder que sinergiza: Cómo potenciar la confianza, la colaboración y el respeto en los equipos y las organizaciones.

★★★★★ Valoración del speaker: 4.8/5

MID-MORNING SESSION

JOSÉ AGUILAR

El Neoliderazgo: Paradigmas y competencias claves de liderazgo para un nuevo contexto.

★★★★★ Valoración del speaker: 4.8/5

DÍA 2

MORNING SESSION

MARITA ABRAHAM

Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional: Cómo habilitar, energizar y comprometer a las personas en el actual escenario.

★★★★★ Valoración del speaker: 4.9/5

CLOSING SESSION

FRANCISCO JAVIER GALÁN

Movilizando el talento: Cómo lograr resultados extraordinarios y sostenibles a través de las personas.

★★★★★ Valoración del speaker: 4.8/5

INFORMACIONES GENERALES

Fecha: 4 y 5 de noviembre, 2025 **Horario:** 9:00 a.m. a 12:15 p.m. **Plataforma:** Zoom **Inversión:** US$ 395.00

¡INSCRÍBASE HOY! (809) 542-0126 • info@intras.com.do • www.intras.com.do

Intras Integral Training Solutions

CED

CERTIFICADO DE EDUCACIÓN DIRECTIVA

- EN GESTIÓN DISRUPTIVA
- EN EFICACIA DIRECTIVA
- EN GESTIÓN COMERCIAL AVANZADA
- EN DIRECCIÓN PARA EL ALTO DESEMPEÑO
- EN DESTREZAS ESENCIALES DE COMUNICACIÓN

¿Qué son los CED?

Los CERTIFICADOS DE EDUCACION DIRECTIVA (CED) son programas de desarrollo ampliados creados para potenciar habilidades clave en liderazgo, estrategia y gestión empresarial. Los CED están concebidos para cubrir, de forma específica y focalizada, los temas de mayor impacto y relevancia en el mundo corporativo.

¡Inscríbase hoy! (809) 542-0126 • informacion@intras.com.do • www.intras.com.do

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.

Intras Integral Training Solutions

¡Eleve sus conocimientos al próximo nivel!

Con las **Especializaciones** de INTRAS usted podrá:

Escoger tres *workshops* virtuales que sean de su preferencia dentro del listado de su Especialización.

Formarse de la mano de nuestros prestigiosos aliados internacionales Gamelearn y WOBI.

Acceder a un *hub* de contenidos especiales compuesto por artículos, videos, entrevistas y otros materiales complementarios.

¿En qué tema desea usted hacer una Especialización?

1. LIDERAZGO PARA LA EJECUCIÓN
2. LIDERAZGO TRASCENDENTE
3. COMUNICACIÓN DE IMPACTO
4. TRANSFORMACIÓN Y REINVENCIÓN ORGANIZACIONAL
5. CENTRALIDAD EN EL CLIENTE
6. GESTIÓN HUMANA VISIONARIA
7. PRODUCTIVIDAD PERSONAL Y ORGANIZACIONAL
8. PERSPECTIVA ESTRATÉGICA

¡Inscríbase hoy! (809) 542-0126 • informacion@intras.com.do • www.intras.com.do

THE BOOKSTORE by INTRAS

Encuentre y adquiera estos libros de nuestros expertos en el stand de The Bookstore by INTRAS en este evento o en **www.intrasbookstore.com**

¡VISITE EL BOOK STAND DURANTE ESTE EVENTO!

© INTRAS. Prohibida la utilización, reproducción y difusión de estos contenidos sin la autorización de la firma y/o sus aliados. Reservados todos los derechos.