

MAIN TAKEAWAYS ABSTRACT

Women
of IMPACT
CONFERENCE

18.MARZO.2026



IGNITE SESSION

CONFERENCIA

HIPERDESCONEXIÓN: Reconquista tu atención, reconecta con tu bienestar y potencia tu productividad en un mundo de distracciones.
Marta Romo



Es necesario aprender cómo funciona el cerebro y aplicar este conocimiento a la vida diaria y a la profesional. Todos somos excelentes aprendedores. El cerebro sigue aprendiendo a lo largo de la vida. La neurogénesis nos acompaña toda la vida, por lo que no hay excusas para no aprender y evolucionar. Tenemos que responsabilizarnos del aprendizaje continuo.

Hay una aceleración del ritmo de vida. Tenemos la sensación de no parar ni de llegar a todo. Aunque estamos más conectados que nunca, estamos desconectados de lo que realmente importa: de nosotros mismos y de los demás.

Nos sentimos solos, cansados de no parar; perdemos horas haciendo *scroll* en las redes sociales. El mensaje es que existen herramientas para enfrentar la hiperdesconexión.

Al mundo le quedan cortos el VUCA y el BANI. Ahora vivimos en el mundo del SI SI SI:

- **Superficial e Inmediato:** todo lo tenemos al alcance de un clic y no profundizamos
- **Sensible e Irreflexivo:** llevamos la sensibilidad a flor de piel y vivimos en modo reactivo.
- **Sobrecargado e Inactivo:** tenemos tantas opciones que, al final, elegir algo provoca inacción.

En la era del sí infinito, con más opciones que nunca, esto es un peso en lugar de ser liberador. Tener tantas posibilidades nos empobrece cognitivamente. La memoria y el lenguaje se empobrecen. Y el cerebro se ve afectado.

Vivimos en una presencia ausente. El cuerpo está, pero la mente no.

Recordemos el ejercicio en el que Marta nos pidió que nos levantáramos de nuestros asientos. *Elegimos* levantarnos y *elegimos* quedarnos de pie por un rato. Elegimos lo que hacemos, pensamos, decimos y sentimos. No somos esclavos de lo externo. Estamos eligiendo todo el tiempo sin darnos cuenta. Vamos en piloto automático y no nos acordamos de las cosas porque no estamos atentos. Por otro lado, necesitamos ir más despacio para responder adecuadamente a lo que se nos requiere.

El celular dispersa la atención. Nuestra capacidad cognitiva se reduce con la mera presencia del celular, sin importar si está encendido o no. Cambiamos de tarea cada 14 segundos. Y todo esto produce *brain rot*, o empobrecimiento cerebral: un deterioro silencioso de nuestras capacidades cognitivas.

Estamos involucrando cognitivamente. Por primera vez, las nuevas generaciones tienen un IQ inferior al de sus antecesores.

Liderar la atención

Todo acto es un imán: tracción o distracción. Necesitamos liderar la atención para que actúe como un filtro que nos permita identificar en qué poner el foco.

Todo puede ser tracción o distracción. Si algo es intencional, es tracción; si no, es distracción

La tracción es dirección, propósito, intención. Cuando el cerebro sabe hacia dónde va, reduce la dispersión y utiliza mejor su energía. Tener claro el objetivo no solo organiza la acción, sino que también facilita mantener la atención.

La distracción es una alerta del cuerpo de una necesidad no satisfecha (cansancio, falta de claridad, saturación). Debemos usar las distracciones como trampolín, no como trampa. Necesitamos estar conscientes de nuestro cuerpo y de sus necesidades.

Dos herramientas para estar presentes son:

1. Hacer consciente nuestra intención
2. Escuchar las señales de nuestras distracciones

Antes de iniciar una tarea, definir con claridad qué queremos lograr. Cuanto más específica es la intención, más fácil resulta mantener la atención. Respiremos con intención para evitar la ansiedad y la hipoxia. La adecuada oxigenación cerebral activa la atención.

Soledad no deseada

Muchos, sobre todo los jóvenes, viven en una soledad no deseada. Cada vez pasamos más tiempo conectados en las redes sociales. Estamos rodeados; sin embargo, nos sentimos solos y no hay tiempo para conectar. Aumenta el enganche en las redes sociales y aumenta la soledad.

Conectividad infinita

En cada interacción humana mediante dispositivos no usamos todos nuestros sentidos. El cerebro tiene que completar las sensaciones y se agota. Por ejemplo, el olfato es vital para la interacción social, ya que, entre otras cosas, cuando detecta las feromonas de los demás, modula la confianza que tenemos en ellos.

La comunicación por correo electrónico y mensajería hace que las interacciones sean asíncronas. No recibir una respuesta se convierte en una tarea pendiente que cansa, agota, drena. Muchas tareas no completadas conducen a un drenaje mental acumulado.

El agotamiento sensorial asíncrono nos lleva al distanciamiento lingüístico.

Distanciamiento lingüístico

Con las palabras que elegimos demostramos si queremos o no estar presentes. Si hablamos en pasado y usamos verbos generalistas, nos distanciamos. Algunas herramientas para comunicarnos con presencia e intención y evitar el distanciamiento lingüístico son:

1. Hablar en presente
2. No hablar en plural o impersonal
3. Aumentar la sensorialidad
4. Fomentar la sincronía en la comunicación
5. Estar presente

Tenemos siete, no cinco, sentidos. Además de los clásicos que conocemos, están el **sentido interoceptivo**, que se refiere a lo que nos dicen nuestras vísceras, y el **sentido propioceptivo**, que se refiere a lo que nos dice nuestra postura.

Tenemos que ir despacio para escuchar a nuestras vísceras y nuestra postura. La clave para ir más despacio es la respiración. Recordemos que más de 7 respiraciones (inhalación y exhalación) por minuto indican un exceso de cortisol.

Productividad

Cada vez pasamos más tiempo en reuniones. El 67 % de las personas dice que va a una reunión sin saber a qué va y sale sin saberlo. Estamos alimentando la presencia ausente.

El efecto Google reduce la capacidad de memorizar, ya que no nos esforzamos por estar presentes y almacenar la información. Cuando grabamos videos o tomamos fotografías, nuestro cerebro se relaja y deja de aprender.

El secreto es eliminar tareas y aumentar el procesamiento de la información y la energía. Cuando dormimos, el cerebro organiza y guarda la información que aprendimos durante el día. Es como si “ordenara archivos” para que luego podamos usarlos mejor.

Sin embargo, hoy vivimos a un ritmo tan rápido que casi no damos espacio a ese proceso. Saltamos de una tarea a otra sin pausa, lo que dificulta que el cerebro conecte ideas.

Ahí es donde nacen la creatividad y los llamados “momentos ¡ajá!”, en los que el cerebro tiene tiempo para procesar con calma.

Nuestro cerebro funciona con distintos tipos de “ondas”:

- **Delta:** sueño profundo, en el que el cuerpo y el cerebro descansan por completo.
- **Theta:** estado entre despierto y dormido.
- **Alfa:** calma activa; estamos relajados pero atentos. Es el estado ideal para imaginar, visualizar y prepararnos mentalmente.
- **Beta:** estado de alerta, cuando estamos enfocados en tareas, pero también pueden aparecer el estrés y la sobrecarga.
- **Gamma:** momentos de alta conexión mental; aquí surgen los “¡ajá!”, cuando entendemos algo de golpe o aparece una gran idea.

La clave está en el estado **alfa**. Cuando logramos entrar en ese estado de calma y atención, por ejemplo, al respirar profundamente, caminar sin distracciones o hacer una pausa consciente, el cerebro se prepara para saltar al estado gamma, donde surgen ideas nuevas.

En otras palabras: no es haciendo más cosas sin parar como somos más productivos, sino creando pequeños espacios de calma durante el día. Es en esos espacios donde el cerebro conecta, comprende y crea.

Dos herramientas para productividad son:

1. Propiciar momentos de estado alfa y dejar espacios de 5 a 10 minutos entre una tarea y otra.
2. Entender que la “agenda de liderazgo” no es lo mismo que la “agenda de tareas”.

La mayoría de las tareas no cambian nada. Muchas veces, solo lo notaríamos nosotros si no las completamos. Evitemos tener agendas sobrecargadas por miedo, perfeccionismo o costumbre.

Enfoquémonos en crear espacios de conexión, conversación e interacción. La clave es ir más despacio y hacer menos. Recordemos las palabras de los sherpas que acompañaban a Marta en su viaje por Nepal: «Si vamos rápido, el alma se queda atrás». Disfrutemos del camino con todos los sentidos, con presencia e intención.

Leadership Program for Women & Allies: From Opportunity to Action

Accelerate your Leadership Impact!

A transformative executive education experience designed to elevate your influence, confidence, and career trajectory.

- » May 11-15, 2026 or November 2-6, 2026
- » In Person at Babson College
- » Receive an Advanced Certificate
- » Use Code BEE-INTRAS10 for 10% off



Learn more and take action!

BABSON COLLEGE
| Professional and Executive Education



A MEANINGFUL CONVERSATION

CONFERENCIA

GROWTH MINDSET: Las llaves para crecer y evolucionar con visión, propósito, valentía y compasión.

Adriana Arismendi



Contar con una estructura clara para un plan de disrupción es lo que permite a las organizaciones no solo crecer, sino también evolucionar de manera sostenida en entornos altamente cambiantes.

En los últimos años, el avance tecnológico, impulsado por el big data, el machine learning, la inteligencia artificial y el cloud, ha transformado radicalmente las reglas del juego. Hoy, como líderes, no solo se nos exige comprender múltiples disciplinas, sino también liderar desde la humanidad. Esta dualidad plantea un reto fundamental: **¿está nuestra estrategia avanzando a la misma velocidad que el cambio?**

Para responder a este desafío, la estrategia de disrupción se articula en torno a tres claves:

- **Entendimiento:** descubrir los comportamientos invisibles de las personas
- **Originalidad:** crear valor único que sorprenda y conecte
- **Velocidad:** actuar con oportunidad y evolucionar constantemente

Entendimiento

El verdadero poder de una estrategia disruptiva radica en la capacidad de identificar aquello que las personas no expresan explícitamente. Esto implica crear espacios que validen sus necesidades profundas y permitan interpretar señales invisibles.

En este contexto, es clave diferenciar:

- **Modas**, que son pasajeras
- **Tendencias**, que reflejan cambios más estructurales
- **Macrofuerzas**, que transforman industrias completas (como el hiperconsumo)

Originalidad

Cuando escuchamos, entendemos más. Esto nos ayuda a descubrir qué otras cosas podemos crear para sorprender al mundo. La originalidad es encontrar espacio desde la necesidad hasta lo que no existe o puede existir de manera distinta.

Velocidad

En un entorno de competencia y disrupción constantes, no podemos permitir que el crecimiento o el éxito nos distraiga o nos vuelva complacientes. Siempre habrá alguien capaz de mejorar lo que hacemos, haciéndolo más simple o reduciendo el esfuerzo del cliente.

Por ello, es fundamental mantener los sentidos abiertos, escuchar a las personas, saber de qué se quejan, porque nos da indicios de cómo es la cultura. Mantener un estado de alerta permanente nos permite comprender el entorno en el que operamos, anticiparnos a sus cambios y ofrecer lo que el cliente necesita.

Crear valor significativo es diseñar o proponer soluciones creativas basadas en insights reales, oportunos y flexibles, que se actualizan y evolucionan constantemente junto con las personas.

Fundamentos que sostienen la disrupción

La estructura del plan de disrupción debe estar sustentada en fundamentos sólidos para evitar que el plan se tambalee. Estos fundamentos son:

- **Marca**
- **Cultura organizacional**
- **Liderazgo**

La marca es la coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos.

La cultura es el reflejo de la marca: el conjunto de las acciones cotidianas que decidimos aceptar o cambiar.

El liderazgo es el motor de ambición que inspire y movilice la transformación.

Si la marca es sólida y genuina, la cultura está alineada, el liderazgo es el fundamento más importante.

El rol del liderazgo en entornos disruptivos

El liderazgo exige hoy una mayor conciencia y capacidad de adaptación. Implica definir un propósito claro (“para qué”) y, al mismo tiempo, desarrollar la habilidad de operar en la incomodidad.

En este contexto, las 5 preguntas que un líder de una empresa en crecimiento debe hacerse son:

1. ¿Cuándo fue la última vez que nos sentamos a escuchar a nuestros clientes?
2. ¿Qué funciona hoy pero tal vez no lo haga en 5 años?
3. ¿Estoy liderando desde la curiosidad o desde la necesidad de tener razón?
4. ¿Cuántos experimentos y cuántas nuevas ideas de nuestros empleados realizamos en un año y qué pasa con sus resultados?
5. De todos los líderes de la compañía, ¿cuántos son verdaderamente especialistas en sus áreas y diversos en su pensamiento, aunque alineados con el objetivo?

Acciones clave de liderazgo

Para activar una cultura de disrupción, el liderazgo debe enfocarse en tres acciones:

1. Coherencia para tomar decisiones a partir de los datos y las mediciones: el líder debe mantener curiosidad y compasión en todo momento.
2. Apertura para fomentar un entorno de flexibilidad y creatividad para adaptarse a los cambios: el líder debe trabajar con los mejores
3. Valentía para la experimentación constante: el líder debe sentirse cómodo con la pausa.

Integración estratégica

La conexión entre los pilares de disrupción y los fundamentos organizacionales es clave:

- El **entendimiento** de los comportamientos invisibles de los consumidores construye una marca coherente cuando se basa en datos y mediciones.
- La creación de **originalidad** que aporta valor significativo y diferencial se logra cuando actuar con flexibilidad y creatividad forma parte de la cultura.
- La **velocidad** para lanzar, actualizar y evolucionar se logra cuando el liderazgo actúa con valentía y compasión promoviendo la experimentación constante.
- El **crecimiento exponencial** comienza donde termina nuestra comodidad y nace nuestra consciencia.

Las organizaciones que adoptan un verdadero *growth mindset* no solo se adaptan al cambio: **lo anticipan, lo interpretan y lo lideran.**

World Business Forum | NYC
NOVIEMBRE
4&5

World Business Forum | MILANO
NOVIEMBRE
18&19

World Business Forum | SYDNEY
NOVIEMBRE
5&6

World Business Forum | MADRID
NOVIEMBRE
17&18

World Business Forum | BOG
OCTUBRE
28&29

World Business Forum | MEX
NOVIEMBRE
10&11

**IDEAS E INSPIRACIÓN
DE LOS LÍDERES MÁS
RECONOCIDOS DEL
MUNDO**

WOB
Inspiring Ideas

The graphic features a world map with lines connecting to the event details for each location. The text is in white and light blue on a dark background.

THE TRAILBLAZER CONFERENCE

CONFERENCIA

ENFOQUE, REINVENCIÓN Y LIDERAZGO PARTICIPATIVO: Las tres claves para trascender en lo personal, profesional y empresarial.

Cristina Oria



Cristina Oria expone su recorrido empresarial en el ámbito gastronómico, destacando cómo el liderazgo con propósito, el enfoque estratégico y la reinvención constante son pilares esenciales para construir negocios sostenibles y diferenciados.

Su modelo empresarial integra múltiples líneas de negocio (restaurantes, catering, tiendas físicas y comercio online), apoyado en un sólido posicionamiento de marca, una cultura organizacional sólida y una orientación clara al cliente.

Pilares estratégicos del éxito: enfoque, reinvención y liderazgo participativo

El crecimiento empresarial requiere **claridad de enfoque** y capacidad de priorización.

La **reinvención constante** es imprescindible ante los cambios del entorno (crisis económicas o situaciones personales).

El liderazgo efectivo es **participativo**, basado en la escucha activa y la implicación del equipo.

Conversión de crisis en oportunidades

Los momentos adversos (como enfermedades o crisis económicas) pueden convertirse en **catalizadores de crecimiento**. La capacidad de reacción rápida y adaptación define la resiliencia empresarial.

Desarrollo y escalabilidad del negocio

La diversificación estratégica de Cristina Oria incluye:

- **Expansión a diferentes líneas** como catering (empresas y clientes particulares), regalos gourmet (posicionamiento de “lujo asequible”), restaurantes y tienda online.
- **Escalabilidad** apoyada en infraestructura propia (huerto, producción) y una amplia capacidad operativa (eventos de gran escala)

Construcción de marca

- Marca basada en productos diferenciales y aspiracionales y experiencia del cliente como eje central
- Principio clave: **“Si no lo cuentas, no lo vendes”**
- Uso estratégico de redes sociales con una comunidad digital como activo (alto *engagement*)

Orientación al cliente y propuesta de valor

- Escucha activa como herramienta estratégica:
 - Feedback negativo → mejora
 - Feedback positivo → innovación de productos
- Importancia de:
 - Crear experiencias memorables
 - Fomentar recurrencia (clientes repetitivos)
- Equilibrio en comunicación:
 - Venta vs. aporte de valor

Gestión del talento y cultura

El capital humano como eje del negocio:

- El equipo es considerado el principal activo.
- Distinción entre:
 - Empleados operativos
 - Empleados con mentalidad de crecimiento
- Cultura empresarial basada en:
 - Ejemplo del liderazgo
 - Sentido de pertenencia (empresa como “familia”)
- Fomento de:
 - Promoción interna
 - Participación activa en ideas e innovación

Liderazgo ejecutivo

- Rol del emprendedor:
 - “Director de orquesta”
 - Delegar sin perder visión estratégica
- Enfoque en:
 - Rodearse de talento superior
 - Centrarse en donde se aporta mayor valor

Innovación y crecimiento sostenible

- Necesidad de evolución constante:
 - El mercado copia rápido → diferenciación continua
- Salir de la zona de confort como norma
- Crecimiento con control:
 - Proteger la marca
 - Evitar expansión desordenada
- Capacidad de adaptación ante cambios personales y profesionales

Propósito empresarial

- Emprender va más allá del beneficio económico:
 - Construcción de legado
 - Impacto en terceros
 - Inspiración del equipo
- Éxito entendido como:
 - Orgullo personal y familiar
 - Sostenibilidad en el tiempo

Conclusiones clave

1. **El liderazgo con propósito es un diferenciador competitivo:** Las organizaciones que integran visión, valores y ejecución estratégica logran mayor sostenibilidad.
2. **La adaptabilidad es crítica en entornos inciertos:** Convertir crisis en oportunidades no es opcional, sino una capacidad clave del liderazgo moderno.
3. **La marca y la experiencia del cliente son activos estratégicos:** No basta con un buen producto; es imprescindible construir una propuesta emocional y consistente.
4. **El talento y la cultura organizacional impulsan el crecimiento real:** Las empresas escalan cuando su equipo crece con ellas.
5. **La innovación continua es obligatoria:** En mercados altamente competitivos, la diferenciación debe renovarse constantemente.
6. **El crecimiento debe ser intencional y controlado:** Escalar sin perder identidad ni calidad es clave para la permanencia.
7. **El propósito trasciende el beneficio económico:** Las empresas más sólidas generan impacto, inspiran y construyen legado.

THE
SPRING
CONFERENCE

PASCAL FINETTE

LA PRÓXIMA VENTAJA

Cómo liderar organizaciones que crecen,
se adaptan y son relevantes en un mundo
de cambio acelerado

12 • MAYO • 2026



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 Y PARTICIPE EN LA RULETA DE PREMIOS!