

## LA RAZÓN

# QSP Summit aborda los nuevos motores estratégicos que están transformando las organizaciones

Hasta 90 ponentes subieron al escenario de la cumbre celebrada en Portugal, uno de los eventos de gestión y marketing más relevantes de Europa



Los días 2 y 3 de julio, la Exponor, en Matosinhos, acogió a un conjunto de ponentes nacionales e internacionales de renombre. En total, 90 oradores compartieron su visión sobre los principales motores de transformación y crecimiento en las organizaciones.

El QSP Summit volvió a reunir, a lo largo de tres días, a profesionales de alto nivel, incluyendo mandos intermedios y ejecutivos superiores de algunas de las principales empresas nacionales e internacionales. En esta edición, el evento invitó a los participantes a reflexionar sobre los motores estratégicos que están transformando las organizaciones - desde la cultura hasta la tecnología, incluyendo estrategia, personas, comunicación, educación, rendimiento y ética - en un contexto empresarial cada vez más exigente y en constante cambio.

La ceremonia de apertura tuvo lugar en el Palacio de la Bolsa, en Oporto, el día 1 de julio, con una conferencia de António Lobo Xavier sobre la relación entre ética y negocios, destacando la importancia del liderazgo consciente y la responsabilidad social en el mundo actual. A continuación, se celebró una mesa de debate con representantes de Deloitte Portugal, TMG Automotive, Grupo Visabeira y Symington Family Estates, quienes abordaron temas como innovación, sostenibilidad y adaptación cultural en las organizaciones.

Ese mismo día se llevó a cabo una exclusiva Masterclass sobre liderazgo, dirigida por el experto en innovación en gestión, estrategia y liderazgo, Adam Kingl, con la participación especial del reconocido profesor Rob Goffee.

## Escenario principal

### Erin Meyer

Profesora en INSEAD, experta en liderazgo intercultural y autora del best-seller "The Culture Map", Erin Meyer explicó las ocho dimensiones culturales que influyen en la comunicación, el *feedback* y la toma de decisiones. Ilustró cómo diferencias sutiles pueden provocar conflictos y malentendidos que comprometen los resultados. Destacó la dimensión del contexto, donde los anglosajones tienden a ser más directos, mientras que los asiáticos y africanos se comunican de forma más implícita. También abordó la dimensión de la evaluación, explicando cómo cada cultura maneja la crítica, desde enfoques directos hasta otros más matizados. Compartió ejemplos de Google, L'Oréal y Netflix, demostrando cómo adaptar los estilos de liderazgo genera confianza y agiliza los equipos. Meyer defendió que comprender estas diferencias es clave para inspirar a las personas, alinear objetivos globales y mejorar el rendimiento, subrayando que ajustar el enfoque en contextos multiculturales representa una ventaja competitiva crucial.

## Angela Lane

Especialista en recursos humanos, profesora en IE University y autora, Angela Lane afirmó que la mejor forma de volverse indispensable en la era de la inteligencia artificial (IA) es alcanzar el "pico de rendimiento". Esta estrategia se basa en tres pilares: enfoque, agilidad y resiliencia. El enfoque permite establecer prioridades y canalizar la energía hacia lo que realmente importa. La agilidad ayuda a detectar cambios y ajustar rápidamente las estrategias. La resiliencia implica afrontar retos, superar adversidades y gestionar el estrés. Destacó que las habilidades humanas como el pensamiento crítico, la creatividad y la inteligencia emocional seguirán siendo diferenciadores estratégicos clave para el éxito.

## Dan Cable

Profesor en la London Business School y experto en comportamiento organizacional, Dan Cable explicó que muchas personas se sienten desconectadas porque las organizaciones activan el "sistema del miedo", lo que genera ansiedad y bloquea la creatividad. Propuso como alternativa activar el "sistema de búsqueda", que estimula la curiosidad, el propósito y la motivación. Compartió el caso de WIPRO, donde contar historias personales fortaleció la conexión emocional y el rendimiento. Destacó tres enfoques fundamentales: valorar los puntos fuertes individuales, crear espacios seguros para experimentar y ayudar a cada persona a encontrar su propósito. Cable subrayó que cultivar emociones positivas y permitir libertad para aprender transforma los equipos, impulsa la innovación y mejora la retención del talento.

## Heather McGowan

Futurista, autora best-seller y experta en transformación del trabajo, Heather McGowan sostuvo que la mayor ventaja del futuro será la capacidad de aprender, desaprender y reaprender. En una era de cambio constante, el cerebro humano busca certezas y reacciona con estrés. La pandemia aceleró esta transformación, fomentando el trabajo remoto y el emprendimiento, pero también aumentando la soledad. McGowan presentó la curiosidad como la mejor respuesta al miedo a lo desconocido, destacando que, aunque la IA puede replicar tareas, la fuerza humana reside en la reinención y la exploración. Animó a los líderes a promover escenarios de tipo “¿y si...?” y a abandonar pensamientos rígidos, reforzando que el futuro exige agilidad mental, apertura al cambio y una mentalidad de reinención constante.

## Laura Gassner Otting

Autora best-seller y experta en liderazgo, Laura Gassner Otting afirmó que la comunicación intencional es la base para liberar el potencial de los equipos y fomentar un crecimiento sostenible. Explicó que el verdadero rendimiento nace de relaciones construidas sobre la confianza, la lealtad y un propósito compartido. Laura subrayó que alinear el propósito personal con el organizacional genera motivación, energía y compromiso genuino. También afirmó que el liderazgo eficaz va más allá de la gestión técnica y requiere inteligencia emocional y relaciones auténticas. Para Laura, comunicar no es solo transmitir información, sino inspirar acción, incentivar la colaboración y construir culturas organizacionales sólidas.

## Arun Sundararajan

Profesor en la NYU y especialista en economía digital, plataformas e inteligencia artificial, Arun Sundararajan presentó la evolución de la IA, desde los primeros sistemas expertos hasta el *deep learning* y los modelos preentrenados actuales, capaces de generar contenido. Explicó tres formas clave de aplicar IA en las organizaciones: desarrollar soluciones personalizadas desde cero, utilizar modelos preentrenados con datos internos o adoptar sistemas de generación aumentada por recuperación (RAG), que garantizan seguridad y confidencialidad. Sundararajan destacó la IA como una herramienta poderosa para aumentar la productividad e identificó prácticas esenciales de gobernanza. Enfatizó que un liderazgo ético y transparente fortalece la reputación y garantiza impacto positivo y crecimiento sostenible.

## Hajj Flemings

CEO de RebrandX y estratega en innovación digital, Hajj Flemings destacó que estamos en una nueva era en la que la creatividad humana se ve amplificada por la velocidad de la IA. Señaló que, aunque la inteligencia está más accesible, sigue distribuida de forma desigual. Abogó por un enfoque centrado en el ser humano que valore las habilidades interpersonales y el pensamiento crítico. Flemings elogió al pensador polímata, capaz de crear artefactos únicos en un mundo donde la IA automatiza lo ordinario, y cuestionó el concepto de originalidad en una era donde las máquinas pueden generar casi cualquier cosa. Subrayó que el verdadero diferencial siempre será lo raro y profundamente humano, y advirtió sobre la necesidad de una "capa ética invisible" que guíe la expresión de nuestro ingenio, manteniendo siempre los intereses de la humanidad en el centro.

## Worklabs

El programa también incluyó varios Worklabs que exploraron temas como liderazgo, cultura organizacional, innovación, inteligencia artificial y gobernanza.

En el Thinkers Hall, Vera Rodrigues (Directora de Personas en MC Sonae) y Erin Meyer (autora y profesora en INSEAD) destacaron el papel de los líderes en la transformación cultural, en un contexto donde los enfoques uniformes ya no funcionan. Netflix fue presentado como ejemplo de reinención continua, ilustrando la necesidad de adaptación constante. Se debatieron dilemas como transparencia versus estabilidad, innovación versus eliminación de errores y libertad versus control. Se defendió que el exceso de reglas puede dificultar la adaptación y alejar el talento, subrayando la importancia de empoderar a las personas clave para liderar el cambio.

En el Worklab “Humanizing Brands through Culture”, Catarina Furtado (presentadora y actriz), Chakall (chef) e Inês Drummond Borges (miembro del consejo y Chief Transformation Officer en Sonae Sierra) debatieron cómo acercar las marcas a las personas a través de valores humanos y culturales. Enfatizaron el poder de la influencia para apoyar causas sociales y elegir asociaciones enfocadas en la sostenibilidad y el impacto positivo. Valoraron la educación multicultural y el respeto mutuo como base de equipos fuertes y auténticos. Se destacó que los equipos diversos aportan perspectivas enriquecedoras y que las colaboraciones deben priorizar relaciones genuinas por encima de la mera visibilidad.

En el Worklab “Leading through Change”, António Pires de Lima (CEO del Grupo Brisa), António Redondo (CEO de The Navigator Company) y Manuel Ramalho Eanes (miembro ejecutivo del consejo de NOS SGPS), moderados por Lúcia Gonçalves (periodista y escritora), abordaron los desafíos del liderazgo en contextos de cambio, incluyendo el trabajo remoto, la sostenibilidad y la diversidad. Defendieron un liderazgo democrático e inspirador, que fomente la experimentación e involucre a diferentes generaciones.

En el Worklab “Meaningful Connections with Marketing Communications”, Cristina Lopes (Directora de Ventas & Marketing Franchise Cafés en Hard Rock International), Fernanda Marantes (CEO de Havas Media Group), Diogo Sousa (Director de Comunicación en Galp) y Ricardo Bastos (CEO del Grupo Dreammedia), moderados por Daniel Sá (Director Ejecutivo del IPAM), debatieron sobre la comunicación como motor estratégico para fortalecer la autenticidad de la marca y crear vínculos reales con el público. Se destacó la adaptación local, el uso de datos para la personalización y una comunicación intencional y transparente. Se abordaron los desafíos de la fragmentación mediática, el papel de la IA y la transformación digital.

En el Trends Forum, João Pinto (Rector de la Católica Porto Business School), Jordi Díaz (Rector de la EADA Business School) y Josep Franch (Rector de Esade Executive Education), moderados por Nilza Rodrigues (Directora Editorial de Forbes Portugal y Forbes África Lusófona), reflexionaron sobre lo que significa ser un líder global en un mundo disruptivo. Enfatizaron la empatía, el propósito, la ética y la sostenibilidad. El liderazgo fue descrito como algo que comienza con la autoconciencia y el servicio a la comunidad, integrando la ética y el pensamiento crítico en la educación y utilizando la IA de forma responsable.

En el Worklab “How Humor is Revolutionizing Work”, Pedro Ribeiro (Director de Programas en Rádio Comercial) y Duarte Araújo (consultor del consejo) destacaron el humor como herramienta para crear ambientes saludables, aliviar tensiones y fortalecer vínculos genuinos. Subrayaron la importancia de utilizar el humor de manera madura y equilibrada, sin comprometer la seriedad ni los objetivos del equipo.

En el Worklab “The Game of Retail”, moderado por Ana Rita Almeida (Directora Editorial de Hipersuper), Carlos Martín Carrión (Director General de Coca-Cola Iberia), Luís Quintiliano (Presidente de McDonald’s España), Rui Carmona (Director General Iberia en Vileda – Freudenberg Group Home & Cleaning Solutions) y Sandra Leal Vera-Cruz (Directora General de Mondelez Portugal) destacaron que la generación Z, a pesar de ser digital, valora experiencias auténticas y presenciales. El propósito fue identificado como pilar central para las marcas, junto con la integración de canales online y offline. La IA fue vista como una herramienta para la personalización y la eficiencia, pero el factor humano sigue siendo el diferenciador clave.

En el Worklab “Strategic Governance for Effective Leadership”, Isabel Ucha (CEO de Euronext Lisboa), Alberto Ramos (Country Manager de Bankinter Portugal) y George Sandeman (socio de Ex Ampulla) discutieron el valor estratégico de la gobernanza para las organizaciones y la economía, enfatizando la rotación en los consejos, la diversidad y el enfoque en las mejores prácticas. La transparencia, la ética y las políticas anticorrupción fueron presentadas como pilares esenciales, reforzando el liderazgo como ejemplo para toda la organización.

En el Worklab “The Art of Crafting Global Tourism Brands”, Gabriela Salinas (Managing Director Global del Brand Finance Institute), Lúcia Monteiro (miembro del consejo de Turismo de Portugal) y Oriol Juvé (Director General del Six Senses Douro Valley), moderados por Fernando Paula (Director Editorial de Imagens de Marca), debatieron cómo las marcas corporativas pueden reforzar la marca Portugal, destacando la creación de submarcas sólidas. Se compartió el caso de Six Senses, basado en la sostenibilidad, experiencias únicas y conexión con la comunidad. Se reforzó que invertir en la notoriedad de la marca es esencial para ganar cuota de mercado, siendo los colaboradores los principales embajadores de marca.

En el Worklab “Global Geostrategy through Economic Diplomacy”, António Martins da Cruz (consultor internacional y presidente de la Oeiras Valley Investment Agency), Raquel Vaz Pinto (comentarista, investigadora y profesora en la Universidade Nova de Lisboa) y Rui Cardoso (periodista y comentarista en SIC Notícias) debatieron los desafíos económicos y geoestratégicos de Portugal. Destacaron la dependencia de la Unión Europea, la desindustrialización y la necesidad de fortalecer la presencia global. Subrayaron la importancia de invertir en la capacidad energética, crear una estrategia de defensa sólida y fomentar una mayor participación de la sociedad civil.

En el Worklab “Human Creativity in the Age of AI”, Ieva Martinaityte (científica, autora y formadora en creatividad en el trabajo) y Susana Albuquerque (directora creativa ejecutiva y socia de Uzina, y presidenta del Clube da Criatividade de Portugal) reflexionaron sobre la creatividad humana como diferencial clave en un mundo automatizado. Advirtieron sobre los riesgos de sacrificar la autenticidad por la productividad y defendieron que el coraje es esencial para mantener viva la creatividad y producir trabajos fieles a uno mismo, incluso con la creciente presencia de la IA.

## Sesiones especiales

### **Sesión Especial Ageas – Pensar Diferente, Actuar Mejor**

José Soares (Catedrático en la Universidad de Oporto), Luís Menezes (CEO del Grupo Ageas Portugal) y Nelma Serpa Pinto (periodista y presentadora de SIC Notícias) debatieron sobre la importancia del autocuidado en el liderazgo y la prevención del burnout, diferenciando entre la fatiga común y el agotamiento severo. Se defendió que no existen soluciones universales y que cada persona debe encontrar su propia estrategia, destacándose el sueño como esencial para la recuperación del estrés diario.

### **Sesión Especial Diáspora Prime - Liberar el Potencial de la Diáspora: Generar Impacto a través de la Inteligencia Empresarial y la Escucha Social Estratégica**

Beia Carvalho (oradora y fundadora de Five Years From Now), Bruno Drummond (fundador y socio de Drummond Advisors), Pedro Matias (Presidente del ISQ) y Linda Pereira (socia senior y CEO de L&I Communications Group), quien moderó la sesión, destacaron la diáspora portuguesa como un activo estratégico global, representando una red viva de unos 40 millones de portugueses y descendientes. Se defendió la transformación de competidores en aliados y la creación de consorcios estratégicos para fortalecer la internacionalización. También se abordó la valorización del talento y la creación de entornos que lo fomenten, con un llamamiento final a la afirmación global de la marca Portugal.

## **Sesión Especial TPNP - Gestión del Turismo: Navegar en Tiempos de Incertidumbre**

Carlos Farrica (Market Team Manager en Booking.com), Isabel Tavares (Directora General de Ventas, Marketing & Marca en The Editory Collection Hotels), Javier Beneyto (miembro ejecutivo del consejo, Director General de Hospitalidad & Turismo en The Fladgate Partnership), Margarida Almeida (CEO y fundadora de Amazing Evolution) y Luís Pedro Martins (Presidente de Turismo de Oporto y Norte de Portugal) debatieron los desafíos de un sector cada vez más exigente y expuesto a riesgos geopolíticos. Se resaltó la importancia de anticiparse a las tendencias, diversificar mercados y comunicar seguridad de manera auténtica. La IA fue presentada como apoyo para la personalización y eficiencia, pero el factor humano sigue siendo el principal diferenciador. La colaboración también se defendió como clave para generar sinergias en un sector dominado por pymes.

## **Sesión Especial Galp - Cómo Hacer de la Innovación una Realidad en Portugal**

Benedita Aires (Head of Innovation en VdA Vieira de Almeida), Diogo Teixeira (cofundador y CEO de Beta-i), Inês Santos Silva (cofundadora y COO de TejoMed), Pedro Ruão (CEO y fundador de Omniflow) y Manuel Andrade (Head of Open Innovation en Galp) debatieron sobre los desafíos de convertir la innovación en una realidad, destacando el programa COLMEIA, centrado en soluciones escalables para la transición energética. Enfatizaron la alineación de expectativas entre startups y grandes empresas, la promoción de relaciones colaborativas y la superación de obstáculos como la aversión al riesgo y la burocracia. La regulación, especialmente en el ámbito de la IA, fue defendida como una posible ventaja competitiva, al proporcionar mayor seguridad y sofisticación.

## **Sesión Especial Casa da Arquitectura - La Arquitectura como Motor Estratégico del Territorio y del País**

Carlos Mota dos Santos (Presidente y CEO de Mota-Engil), Inês Lobo (arquitecta y profesora en la DAUAL), Nuno Sampaio (Director Ejecutivo de la Casa da Arquitectura) y Manuel Carvalho (Director del diario Público) destacaron la arquitectura como motor estratégico para el territorio y la calidad de vida, esencial para enfrentar desafíos como la crisis climática y la vivienda. Defendieron la industrialización de la construcción, la colaboración multidisciplinar y la valorización de la arquitectura como activo cultural y económico, en línea con el movimiento de la Nueva Bauhaus Europea.

Durante tres días, QSP Summit volvió a reunir a más de tres mil profesionales en un entorno dinámico e inspirador. Con una zona de exposición que contó con más de 130 empresas y un programa complementario centrado en el networking y el desarrollo personal -incluyendo una Sunset Party en la icónica Piscina das Marés, que ofreció un ambiente relajado, encuentros significativos, nuevas conexiones y experiencias memorables - QSP Summit ha consolidado su posición como un espacio de referencia para explorar los desafíos y oportunidades que están dando forma al futuro de las organizaciones.