

Montevideana, de 40 años, es licenciada en Gerencia y Administración por la Universidad ORT. Trabajó en el área de marketing de Microsoft, donde aprendió a lidiar con la responsabilidad y la adrenalina de gestionar eventos de gran porte. Luego comenzó a interesarse por el desarrollo humano, realizó un posgrado en psicología transpersonal y otros cursos sobre la dimensión



Más adelante tuve un quiebre importante a nivel personal y me planteé salir de la compañía para trabajar más en el balance entre vida personal y trabajo. Continué organizando eventos de capacitación con una empresa propia, donde hacía lo mismo, pero en forma externa. Trabajé para Microsoft Uruguay, Paraguay y Bolivia, pero también para otras empresas.

#### Y ahí logró un equilibrio.

No, todo lo contrario, se puso peor. Los eventos generan mucha adrenalina. Los días previos hay mucha tensión, mucha responsabilidad y al poco tiempo estaba con más trabajo que el que tenía en Microsoft. Pasé a trabajar de lunes a lunes. Lo que me ayudó a mejorar mi conciencia de que mi vida era el trabajo fue el nacimiento de mi primer hijo, Matías, que hoy tiene 13 años. Ahí empecé a incursionar en el desarrollo humano. Era una búsqueda personal. Conocí a Fred Kofman, un consultor de Microsoft sobre *meta management*, que vive en Denver (EE.UU.) y habla de la dimensión humana de los negocios. Cuando nació mi segundo hijo, estuvo en CTI y me di cuenta de que no siempre sale todo como uno lo planifica. A partir de eso busqué profundizar en mi ser e hice un posgrado en psicología transpersonal.

#### ¿Así comenzó a especializarse en eventos de desarrollo humano?

Fui mutando de los eventos comerciales a otros de desarrollo de habilidades humanas. Eran eventos con una disciplina que se llama aprendizaje vivencial. Después, me asocié con Balance Integration de Nueva York, a través de una amiga de Microsoft que me hizo el contacto, Clara Hori. Cuando ella se vino a vivir a Uruguay, pusimos en 2011 un

## FEDERICA ABELLA

REPRESENTANTE DE HUMAN CAMP EN URUGUAY

# «BUSCAMOS SEMBRAR HUMANIDAD»

POR MARCELA DOBAL  
[mcdobal@elpais.com.uy]



**Todos la conocían como Federica de Microsoft, pero un día decidió trabajar por su cuenta. ¿Cómo se dio esa transición?**

Siento que tengo una vida hasta los 25 años y después empieza otra. Fui a un colegio privado, estudié una licenciatura en Gerencia y Administración, me gradué con honores y entré con un cargo de marketing a una multinacional. En ese momento, en 1998, le preguntabas a cualquier graduado dónde quería trabajar y era ahí. Fue como si hubiera vivido hasta entonces en una cinta transportadora. Mi vida transcurría como debía ser, hacía todo lo correcto. Pero en los momentos de pausa en Microsoft me cuestionaba para qué invertía tantas horas en eso, hacia dónde iba con lo que hacía.

humana en los negocios. En la actualidad, es la principal responsable de Human Camp, un evento que integra todo el *know how* de esas dos vocaciones y se propone «sembrar humanidad» en líderes y organizaciones. Es docente del Centro de Innovación y Emprendimientos Universidad ORT Uruguay desde 2009. Tiene tres hijos y practica meditación.

espacio de yoga en Carrasco, Espacio Marma, que va a cerrar. Clara tuvo familia y ella quiere estar más en la casa. Siempre está la posibilidad de volver a abrir y hacer otras cosas.

### Human Camp ya tiene 12 años en Argentina. ¿Cómo se vincula con sus organizadores?

Lo que me pasó es que un día recibí un mail por error (risas). Estoy suscripta a un boletín en el que puse que era de Argentina y por ahí me enteré que había un Human Camp en Córdoba. Cuando les escribí me contestaron enseguida y nos entendimos muy bien. La directora, Clara Pazos, viajó a conocerme, al tiempo viajé yo y me dio la representación de Human Camp en Uruguay. Esto fue a fines de 2013.

### Human Camp busca inspirar a través de las historias de vida. De sus experiencias en Buenos Aires, Córdoba y Montevideo. ¿Recuerda alguna charla que la haya conmovido?

Sí, muchísimas. La historia de Daniel Cerezo es impresionante. Nació en una villa y hoy es gerente de felicidad y cultura en la empresa de alpargatas Páez. Lo que lo saca de ese contexto es la música. Él empieza a estudiar música y así se encuentra con quién es él. Esto es un poco lo que buscamos en Human Camp: despertar la pasión y conectar el ser con el hacer. Yo soy primero y después hago. El hacer, hacer, hacer lo único que hace es marearte. Si uno está bien plantado, puede construir.

### El primer Human Camp en Uruguay fue en 2014 y para el de este año la convocatoria ya tiene un alto nivel de adhesiones. ¿A quiénes se dirige?

Sí, este Human Camp Líderes, el del 17 de septiembre, es el encuentro madre. Nos compran

paquetes donde toda la empresa quiere participar. Creemos que con que vengan los principales líderes ya está bien. Vienen muchos referentes de capital humano o de áreas que tienen mucho impacto en la cultura de la compañía. Creemos que el cambio viene desde adentro, es propio de la persona. Para motivar a un equipo de trabajo, el que tiene que estar motivado es el líder. Apelamos a un cambio personal del líder que favorezca al entorno.

### Este año la asistencia es paga, ¿por qué?

La plata que conseguimos es para financiar el evento. La verdad es que no estamos pudiendo financiarlo solo con el aporte de los



### «Apelamos a un cambio personal del líder que favorezca al entorno»

*sponsors*. Y tenemos la certeza de que la gente quiere que haya Human Camp. Ninguno de los oradores recibe remuneración. Quince personas trabajamos en la organización y todos somos honorarios. Las personas que hacemos posible Human Camp somos las que lo necesitamos.

### ¿Cuánto cuesta hacer un Human Camp?

En el entorno de US\$ 25.000 siendo súper austeros. Estamos haciendo un evento para 700 personas. Y no estoy contando la pauta publicitaria, si no sería más.

### ¿Cuáles son los principales costos de la organización?

Tenemos costos de la puesta en marcha del evento, que incluyen darle de comer a toda esa gente. También tenemos un montón de costos con el traslado de los argentinos y la plataforma de comunicación del evento, la edición de videos, los diseños... Todo se hace en Argentina y tengo que pagar un *royalty* por traer el evento a Uruguay.

### ¿Cuáles son los principales desafíos para salir a convencer a los *sponsors*?

No sé si es un punto débil, pero yo no voy a convencer. Estoy muy convencida de lo que hago y hablo desde mi entusiasmo. Confío en que si no motivo a otro tal vez no tenemos el mismo camino de búsqueda. Procuero sembrar humanidad, conectarnos con lo que somos. A veces me desmotivo porque encuentro en el empresariado una tímida apertura. A muchas personas les tocamos la puerta y no están en el punto para vivir esto. Nos aseguramos de que los *sponsors* que nos ayudan integren Human Camp. No solo que pongan plata, sino que se comprometan a venir.

[Pasa a la página siguiente] ■ ■ ■

## APUNTES DE CARRERA

1998

Ingresó en diciembre al departamento de marketing de canales de Microsoft Uruguay. Allí es responsable de crear eventos de capacitación de la fuerza de ventas.

1997

Creó una empresa de organización de eventos e implementación de proyectos de marketing. Sus principales clientes son Microsoft Cono Sur y Punta Carretas.

2008

Organizó eventos para el desarrollo de habilidades humanas. En 2009 creó un taller en ORT que promueve la generación de ideas y el aprendizaje vivencial.

2014

Organizó el primer Human Camp Líderes en Uruguay. En 2015 hizo otro Vocacional, enfocado en jóvenes y educadores. Evaluó en 2016 realizar uno específico de Salud.

## CIFRAS DEL NEGOCIO

730

Fueron los inscriptos al 1° Human Camp Líderes en Uruguay, en 2014. 70% asistió.

6.041

Son las visualizaciones del spot institucional de Human Camp en YouTube. El objetivo es ampliar el impacto del evento, cuyas charlas se pueden ver luego en Internet y televisión por cable.

«No soy experta, no doy cátedra. Solo hago que las cosas sucedan»

■ ■ ■ [Viene de la página anterior]

### ¿Cómo es el proceso de selección de los oradores?

Esto es una marca, yo tengo una representación y lo que hago es ejecutar lo definido en Argentina. El contenido y los oradores se definen allá. Quiero que cada vez más sean uruguayos quienes integren el *board* de oradores y por eso voy sugiriendo nombres, pero la selección la hacen en Argentina. Primero se ve el perfil de la persona, pero lo más importante es una charla uno a uno. En ese diálogo se explica que la persona tiene que hablar desde el corazón. No es fácil encontrar una persona que sea referente del corporativo y esté dispuesta a hacerlo. Tenemos que generar empatía. Si el *speaker* vive en las sierras donde medita todo el día y le viene a hablar a los empresarios que viven en el escritorio, no se genera empatía. Pero también los mismos oradores de Human Camp nos referencian a otros.

### ¿Se les da entrenamiento?

No. Hay un acompañamiento, pero no sabemos de qué van a hablar hasta el día del evento.

### ¿Le costó convencer a algún orador?

Sí, hasta el día de hoy tengo varios. Muchos al invitarlos se toman tiempo para pensarlo.

### ¿También pasa que muchos quieran ser oradores pero no dan con el perfil?

Es que no hay una instancia de postulación. Hay una modalidad que se usa en general de dar conocimiento desde la autoridad, con la famosa figura del *coach* ontológico. Es muy válido, pero ese formato no lo fomentamos en Human Camp. Lo que sí es válido es la persona. Puede ser orador un *coach*, pero no basando su

## «Varios profesionales nos pidieron hacer un Human Camp Salud en Uruguay»



charla en los *tips* para tener una vida más balanceada, por ejemplo. Se han acercado muchas personas muy buenas y sabias en impartir conocimiento, pero en Human Camp lo que más nos importa es la historia de vida.

### Al cerrar la actividad el año pasado dijo que «el Human Camp empieza afuera». ¿Cómo se traduce a nivel corporativo?

Si el líder viene y se inspira, esa inspiración al otro día la lleva a tu entorno. Hemos escuchado que durante dos semanas más o menos se mantiene esa onda de salir muy conectado con lo que uno siente y quiere. Luego capaz que ya se vuelve a estar en la rosca. Pero como las charlas están abiertas y están en YouTube, puedan ser vistas en algún momento de inspiración o de pausa para poder mantener esta bocanada de aire fresco. Esto tiene sentido solo si aplicamos el conocimiento.

### Este año organizó un Human Camp Vocacional, que convocó a 1.000 jóvenes y educadores.

#### ¿Qué otros formatos existen?

Además está el Human Camp Educadores y en Argentina ya está coordinado para el año próximo el primer Human Camp Salud. En Uruguay tenemos varios profesionales de la salud que nos han pedido hacer uno para llevar humanidad a la salud. Nos han contado que no tienen en su formación nada que tenga que ver con la emoción y el manejo humano, pese a que todo el tiempo están trabajando con personas. Algunas empresas me manifestaron su interés en apoyarlo, esperemos que salga. No soy experta en este tema ni en ningún otro, no me paro desde ese lugar. Yo solo hago que las cosas sucedan. Me encanta tener ese rol. No doy cátedra de *r+recursos humanos*, de salud ni de educación. Los contenidos los pone la gente. ■

## «LA CLAVE ESTÁ EN RECONOCER LAS LIMITANTES QUE ESTÁN EN LA MENTE»

### ¿En qué consiste su taller de generación de ideas en el Centro de Innovación y Emprendimientos de ORT?

Lo creamos hace ocho años con José Gordín para despertar el potencial creativo de las personas en sus trabajos. A través de dinámicas de aprendizaje vivencial apostamos a salir del pensamiento racional y conectarnos con la esencia creativa. Se basa en dos libros: *Business Creativity*, de Michael Ray, y *El camino del artista en acción*, de Julia Cameron.

### ¿Qué dinámicas hacen?

Hay una que está buenísima. Hay círculos en el piso y la consigna es que pongan los dos pies adentro de uno y cuando digo «cambio» cambien a otro. Entonces empiezo a sacar círculos y la gente que se queda afuera piensa que perdió, pero les digo que el juego sigue. Entonces empiezan a idear otras formas, como ponerse uno arriba del otro. Pero llega un punto en que todos ya no entran. Ahí se dan cuenta de si se sientan y ponen todos los pies en torre, entran perfecto. La clave está en reconocer que la limitante está en la mente, en suponer que el ejercicio es de pie. ¿Qué estamos suponiendo que nos limita ser creativos? ■