HUMANCAMP

10° ENCUENTRO DE CAPITAL Y DESARROLLO HUMANO

16 de Abril de 2013 I Auditorio Buenos Aires I C.A.B.A.

"CO-CREANDO UN NUEVO PARADIGMA LABORAL"

Donde el cuerpo, la mente y el espíritu se integran



RESUMEN GENERAL HUMAN CAMP 2013

Presentan

MBG & EVENTS
MANAGEMENT BUSINESS GROUP

RAYUELA

SEGUINOS EN NUESTRAS REDES
humancamp
Human Camp
humancamp
humancamp
@humancamp
humancamp.net



CLARA PAZOS

Creadora del Human Camp

Clara Pazos, directora de Grupo Rayuela y creadora del Human Camp: el encuentro de líderes que entiende al Capital Humano como el corazón de las organizaciones, inauguró el encuentro con un agradecimiento especial a los sponsors, a los oradores, a los proveedores y a todo su equipo de trabajo sin los cuales hubiera sido imposible la 10° edición de este evento. A su vez, hizo hincapié en **la necesidad de dar respuesta a interrogantes que son propios tanto de la búsqueda personal como del mundo de las organizaciones**.

Alrededor del tema de esta edición: "Co-creando un nuevo paradigma laboral. Donde el cuerpo, la mente y el espíritu se integran", Clara Pazos **invitó a reflexionar sobre el giro que fueron tomando los distintos coeficientes** y su valorización en la labor cotidiana: "Crecimos creyendo que a mayor coeficiente intelectual, mejor nos iba a ir; que era garantía de progreso. Después se puso de moda el término de inteligencia emocional que es la que administra nuestros niveles de motivación, de confianza, de creatividad, de perseverancia, y ya **se está hablando de un nuevo concepto de inteligencia: la inteligencia espiritual que es la que me permite incluir nuestro ser en el hacer**".

Mirando hacia atrás, Clara recordó los inicios de la organización de este evento y remarcó que los temas que se propusieron desde el Human Camp en las últimas ediciones no tuvieron que ver con una necesidad externa sino con una búsqueda personal. **"Y, la dimensión que fue tomando este evento me hizo sentir, de alguna manera, que esta búsqueda es compartida.** Por eso, este año el tema de la co-creación no es casual".

La Directora de Grupo Rayuela compartió con los presentes una situación económica difícil que tuvo que atravesar hace 4 años: "En esa época una de mis principales limitaciones era que yo no sabía pedir ayuda. Y aprender a pedir ayuda, de alguna manera, es **empezar a aceptar nuestras propias limitaciones para ver que el otro puede acompañarnos y darnos herramientas que nos ayuden a seguir aprendiendo**". Clara contó que al atravesar esta situación tenía muchas posibilidades para explorar. Entre ellas, una de las alternativas era dejar de organizar este evento y buscar trabajo en alguna organización pero, mientras tanto, el **Human Camp** empezaba a cambiar y surgieron nuevos temas: liderazgo basado en valores, inclusión y reinserción laboral, integración generacional, diversidad, co-creación... Ahí fue cuando Clara eligió conectarse con su búsqueda personal y explorarla a través del Human Camp. **"En realidad, me quedé siempre parada en un lugar de aprendizaje"**, sostuvo.

En esta línea, Clara presentó a los oradores de esta edición del Human Camp, y destacó que

la característica común a todos ellos es que **"son personas que están siempre abiertas al aprendizaje y a explorar nuevas posibilidades"**. Por lo tanto, remarcó que **"más que venir a recibir de ellos una receta, venimos a escuchar una experiencia"** y que lo ideal sería que cada uno de los asistentes se llevara **una semilla para plantar en las organizaciones de las que son parte y así comenzar a generar un cambio**, un movimiento, que es lo que se viene proponiendo desde hace varios años a través del Human Camp.

"Nadie hace nada solo. Todo lo hacemos con nuestro equipo de gente, con nuestra familia, con nuestras amistades. Entender eso también nos deja parados en un lugar muy diferente", continuó Clara y compartió con los presentes que su estabilidad económica la logró gracias a muchas personas y organizaciones que la acompañaron en el proceso: **"En definitiva, son ellos los que sostuvieron este espacio porque me sostuvieron a mí. Y, eso es co-creación"**, declaró. Y, planteó la necesidad de un liderazgo distinto que se busca desde el Human Camp en donde los líderes van a guiar y acompañar a las personas pero siempre desde la congregación y no desde la imposición y el autoritatismo.

Las reflexiones de Clara Pazos llevaron a los presentes más lejos: "Todos necesitamos que nos quieran y, que no nos acepten, y eso hace que hagamos esfuerzos inhumanos para aparentar algo que no somos. Y, ahí es donde nos disociamos, ahí es donde nos rompemos. Entonces, **cuando planteamos la integración del cuerpo, la mente y el espíritu es volver a ser uno".** Clara continuó explicando que la integración puede ser un camino doloroso por eso la mayoría de las personas evitamos mirar aquello que tenemos dentro nuestro pero, la única manera de alcanzarla, es conociéndonos primero a nosotros mismos: **"Saber quiénes somos para, recién a partir de ahí, poder empezar a ser líderes más coherentes"**.

Para cerrar, Clara invitó a los presentes a trabajar en la profundidad de cada uno para dejar de vivir disociados: "**Mi propuesta hoy es que inicien o continúen un camino de auto sanación:** que se observen a ustedes mismos, que observen sus reacciones, que no se juzguen, que no se cuestionen y que permitan, de a poco, **integrar la sombra que todos tenemos dentro y que, junto con la luz, nos hace únicos como seres humanos**. A partir de esto, podremos ser mejores personas y mejores líderes".



ANDY FREIRE

Emprendedor empresarial y social, Presidente de Endeavor

La trascendencia empresarial: más allá de la rentabilidad

Después de la presentación de Carlos Pérez, presidente de BBDO de Argentina quién lideró el encuentro, Andy Freire confesó que gran parte de su vida la había vivido a partir de una programación mental casi obsesiva: "Hice todo lo prolijito y correcto que uno tenía que hacer bajo esta metáfora de que si hacía ciertas cosas me iba a convertir en una persona feliz. Esa fue mi manera de pensar durante mucho tiempo hasta que un día una compañía compró la mía y esa ilusión desapareció. **Me di cuenta de que esta ilusión era bastante ficticia, poco real y, con bastante frustración, decidí empezar un camino**". Y confesó que, mientras estudiaba el caso de la compañía Officenet en Harvard, empezó un camino de búsqueda espiritual declarándose un ignorante absoluto **"para tratar de entender un poco qué es lo que a uno le llena el corazón, qué es lo que le hace a uno el corazón cantar. Y estoy en ese proceso..."**, declaró Freire antes de compartir algunas reflexiones con los presentes.

A continuación, el Presidente de Endeavor, planteó **el concepto del modelo mental entendido como los anteojos con los cuales vemos la realidad que nos rodea**. Citando un caso de Jean Piaget, uno de los principales exponentes de la teoría del desarrollo cognitivo en psicología, Freire demostró que un chico de entre 3 y 6 años tiene la capacidad cognitiva de ver que otro puede estar viendo el mundo desde otro punto de vista. Andy insistió que los lentes que uno tiene para mirar la realidad pueden ser útiles, por un lado, pero también pueden ser las propias limitaciones para entender que, muchas veces, la manera en que vemos las cosas no necesariamente son lo que las cosas efectivamente son. **"Y esto tiene que ver con cómo vamos tomando decisiones en el día a día y cómo esas decisiones van impactando en la realidad que nosotros vamos creando"**, afirmó. A continuación, describió a los asistentes 4 dilemas en los que él se ve atrapado constantemente.

En primer lugar, se refirió a la forma en que uno se conecta con el proceso de aprender: **"en dónde valoro más hacer creer que sé y en dónde valoro más reconocer mi ignorancia"**. Freire planteó la diferencia entre el "aprendiz" y el "sabelotodo" entendiendo que entre ambas categorías existe una ancha zona de tensión. "Si nuestra zona de confort es todo lo que sabemos y nuestra zona de pánico son esas cosas donde uno no tiene idea que va a pasar en el día; en el medio **está nuestra zona de tensión que tiene que ver con nuestra capacidad de testear, de aprender, de zambullirnos en lo que todavía no sabemos**". Por lo tanto, el primer dilema sería desde dónde vivimos la vida ¿desde el rol de "aprendiz" o desde el rol de "sabelotodo"? "Yo me veo todo el tiempo en este proceso de tensión entre zambullirme al proceso de aprender o no hacerlo", declaró Andy

y continuó explicando que **después de superar los "precipicios", en los que uno enfrenta sus miedos, se nace a una nueva estabilidad que es el principio de un nuevo proceso de aprendizaje**. Por eso, la primera invitación para los presentes fue a reflexionar sobre la manera en que se enfrentan esos "precipicios" sabiendo que, en general, son el prólogo de un proceso que termina en una situación de mayor evolución.
La segunda reflexión estuvo orientada a los equipos de trabajo y la conciliación entre los objetivos individuales y los grupales. Andy trasladó este dilema a un plano más profundo: "Cuando vos tomás decisiones que maximizan algo superior tenés que estar dispuesto a suboptimizar tu propio prestigio individual". Y, sostuvo que la definición de un modelo mental de equipo es ver si estás priorizando la parte o el todo: **"¿Cuál es la agenda que realmente optimizás? ¿Es la colectiva o es la individual?"** Continuó planteando que el segundo desafío para todos, tanto en la vida personal, con los amigos, con la familia, como en el trabajo, es descubrir la manera de alcanzar los objetivos individuales sin poner la agenda colectiva al servicio de ese objetivo individual sino al revés.

El tercer dilema estuvo en consonancia con las palabras de Clara Pazos al inaugurar el evento y la diferencia entre vivir como "víctimas" o como "protagonistas" de nuestro entorno. "**¿Cómo te contás las historias?"**, desafió Andy Freire y destacó que la primera forma de vivir pone el foco en lo que está afuera de nosotros mientras que la segunda pone el foco en nosotros mismos permitiendo el cambio: ¿qué es lo que vos podés hacer? **"Cuando uno puede realmente asumir el rol de protagonista lo que sentís es un enorme sentido de responsabilidad porque el costo de la inocencia es la impotencia (porque el problema está ahí afuera) pero la consecuencia del poder es el hacerte cargo"**, afirmó Andy y terminó sosteniendo que si uno no se ve como parte del problema tampoco se va a ver como parte de la solución.

Por último, el Presidente de Endeavor invitó a reflexionar sobre la diferencia entre el mundo material y el espiritual. El primero hace referencia a los objetivos que me propongo, cuáles son las estrategias para cumplirlo, qué quiero alcanzar y cómo logro eso que quiero alcanzar mientras que el mundo espiritual está relacionado con el propósito que tengo en la vida: ¿para qué vivo? Explicó que **el propósito sería como un arnés espiritual, aquello en lo que cada uno se sostiene**, una brújula que me alinea con lo que hago. Andy Freire compartió con los presentes que le había llevado mucho tiempo descubrir cuál era su propósito y si estaba o no alineado con él. Y los invitó a preguntarse **"¿Cuál es tu regalo al mundo? ¿Cuál es tu don? ¿Qué podés ofrecer a los demás? ¿Lo harías aún sabiendo que podes fracasar? ¿Qué sentís en tu vida que hace tu corazón cantar?".**

Para terminar, Andy insistió en la importancia de responder a este interrogante porque, en general, está asociado al don que cada uno tiene para ofrecerle a los demás y probablemente sea el lugar desde el cual uno se va a sentir pleno.



JAVIER CASAS RÚA

CEO de PwC

Los líderes como agentes de felicidad

"Como todo hombre del Renacimiento, Leonardo da Vinci pensaba que el ser tenía que estar integrado. Exactamente lo mismo piensa la persona que voy a presentarles ahora...". De esta forma, introdujo Carlos Pérez a **Javier Casas Rúa, CEO de PwC,** quién inició su ponencia planteando **la necesidad de entender los valores de la juventud porque son quiénes van a conducir la Argentina del futuro**. Exhibió a los presentes un video callejero espontáneo que empalmó dos estudios sociológicos realizados durante el 2012 con el testimonio de jóvenes integrados de clase media. Buscó mostrar tanto la forma en que los jóvenes viven en la incertidumbre como qué valores tiene el liderazgo para ellos.

"Los líderes como agentes de felicidad es uno de los emergentes del trabajo", sostuvo Casas Rúa al reponer varias de las expresiones utilizadas por los jóvenes en el video al preguntarles sobre qué es un líder para ellos. Javier explicó cómo los individuos intentamos encontrar el bienestar en nuestras vidas frente a las distintas amenazas que presenta el contexto en el que vivimos. Apoyándose en el libro de Zygmunt Bauman - *El arte de la vida* - Javier Casas Rúa rescató la mirada de este autor quién defendió el rol protagónico que tienen las personas en un contexto en el que reina el escepticismo por la caída de algunas instituciones sociales que, en algún momento de la historia, habían dado respuesta a los problemas sociales de la humanidad. **"Cada uno de nosotros somos autores de nuestra propia vida"**, es decir que depende de nosotros mismos encontrar las transformaciones, tensionar con el contexto y tratar de remodelar la realidad.

Además, Casas Rúa sostuvo que los jóvenes permiten ver cuáles son las tendencias de la época por eso es importante escucharlos si queremos anticiparnos a lo que va a venir. Algo característico de la juventud es que **"no están adheridos al paradigma de las certezas y del control"**, que es la traba más grande que aparece cuando se intentan realizar cambios en organizaciones de 100 años de trayectoria. **"Entonces, cambiar la forma de lo que se viene haciendo justamente implica enfrentar este paradigma de certezas",** desafió el CEO de PwC, una compañía líder en servicios profesionales con presencia en 158 países y más de 169.000 personas trabajando en equipo**.**

Por otro lado, sostiene Javier que algo que caracteriza a los jóvenes es la sensación de ir fluyendo en la vida porque tienen claro que ya no existen los recorridos lineales. "Antes uno fijaba el futuro como una meta a alcanzar pero para los jóvenes ya no es así. **Van 'surfeando' y se encuentran con tantas ofertas que les resulta difícil elegir pero están dispuestos a explorar, equivocarse, volver a arrancar, explorar de nuevo...",** afirmó Javier y reconoció que los jóvenes admiten sufrir procesos de angustia pero

están dispuestos a afrontarlos porque es parte del camino.

En la segunda reflexión de su ponencia, Javier Casas Rúa se preguntó: **"¿Qué nos dicen los jóvenes cuando hablan de liderazgo? Están buscando un GPS emocional que les permita anclar en valores"**. En esta línea, Javier mostró que hoy existe una clara oportunidad para las empresas de asumir ese rol: "Según muestran encuestas internacionales globales y locales, se ha perdido la confianza en todas las instituciones tradicionales de la sociedad, incluyendo las empresas", declaró Casas Rúa y defendió a la familia como la organización social en la que la mayoría de las personas aún deposita su confianza.

Entonces, **"¿por qué decimos que los líderes son agentes de felicidad?"**. Buscando responder a este interrogante, Javier mencionó un estudio sobre la felicidad humana que fue realizado hace unos años en Latinoamérica y destacó que los resultados demuestran que la felicidad está fundamentalmente relacionada con el concepto de bienestar emocional*:* **"Si el bienestar económico falta, no necesariamente el estado de felicidad decae pero si el bienestar emocional desaparece, la felicidad decae"**, concluyó Casas Rúa.

Apoyando esta premisa, Javier explicó que el ser humano está virando desde una sociedad de hiperconsumo hacia una post materialista y, en el proceso, está tendiendo hacia un paradigma de la felicidad compuesto por tres grandes cuestiones: la salud física y la calidad de vida, el bienestar emocional y estético y la ética social. En este contexto, los líderes son personas que tienen sensibilidad sobre el entorno y van marcando un rumbo. Es necesario **"crear espacios, crear contextos para que los textos se puedan imprimir y se habiliten esos espacios de creación. Es una condición de los artistas..."** y continuó explicando que el arte nos permite organizar otro tipo de realidades y, de alguna manera, nos permite pasar del estado de lo dado al estado de lo posible.

PwC es parte del mercado argentino desde 1913 pero cuando Javier asumió la responsabilidad de CEO en la firma, hace casi dos años, descubrió que lo que estaba faltando era **"inspiración para llegar a la mente y los corazones de la gente, innovación (un ingrediente vital para que fluya la creatividad), crecimiento, optimismo, crear espacios de confianza y de energía positiva y diversión"**. Para alcanzar esos objetivos era necesario poner sobre la mesa la realidad de la empresa: ¿cómo estamos? ¿cuál es nuestro estado de bienestar? En segundo lugar, había que saber escuchar y generar relaciones empáticas. En tercer lugar, había que generar propuestas de valor sobre cuál era el propósito de la compañía. Una vez finalizado el trabajo, el 80% reconoció que tuvo cambios en la energía y en el bienestar emocional Casas Rúa afirmó que, para comenzar la búsqueda de nuevos liderazgos para tiempos inciertos y para un mundo en un proceso de transformación, **"nos tenemos que examinar primero a nosotros mismos: ¿quién nos inspiró? ¿quién nos hizo un click en nuestra vida? ¿qué nos motivó?".** Una vez que se descubre cuáles son los cimientos de nuestras decisiones podemos pasar a una etapa final: **"¿cómo hago yo para ver en el otro lo que lo motiva, lo que lo lleva adelante, aquello que permite extraer su mejor potencia?"**.

Para terminar, Javier Casas Rúa compartió que su propósito es que haya un bienestar colectivo dentro de la organización para estar preparados para enfrentar los nuevos desafíos. **"Tenemos que proponernos una mirada superior sobre las cosas, sobre la realidad, sobre el trayecto que estamos pasando en esta etapa de nuestra vida**, (…) tenemos que aprovecharla para que sea siempre una experiencia positiva", declaró.



MARIO QUINTANA

Presidente de Farmacity y Grupo Pegasus

Una mirada nueva sobre el trabajo y la empresa

A continuación, tomó la palabra Mario Quintana, Presidente de Farmacity y Grupo Pegasus, quién inició su presentación de este modo: "Estamos hablando de cómo hacer las empresas más humanas (…) en un país dónde yo creo que hay mucha corrupción, dónde hay mucha mentira, injusticia social, mucha pobreza", denunció. Quintana recordó un evento en la vida de Mahatma Gandhi durante una guerra religiosa entre hindúes y musulmanes. El líder, al ver la dimensión que había alcanzado la matanza entre sus propios hermanos, empezó un proceso de ayuno para domar sus sombras porque **"viendo la violencia afuera se dio cuenta que esa violencia anidaba en su corazón"**, contó Mario.

Sorprendiendo a los presentes con su franqueza, Quintana continuó diciendo: **"Y, lo que me duele afuera es porque está adentro. Creo que esa es la única manera de andar un camino genuino, sincero"** que nos va a hacer reflexionar sobre nuestra relación con el dinero, el poder y el prestigio. "Y lo digo con la voz entrecortada porque me duele, porque **yo sé mis incoherencias y duelen. Y yo creo que si la sociedad nos duele es un llamado para 'laburarnos' cada uno de nosotros"**, invitó el Presidente de Farmacity e insistió en la importancia de retomar el camino propuesto al inicio del encuentro por Clara Pazos, sabiendo que la única forma de alcanzar la felicidad es buscando la integración de nuestro ser.

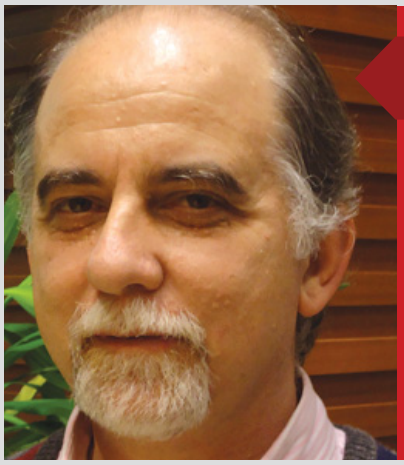
Quintana animó a los presentes a iniciar este camino de bienestar integral. **"¿Se pueden hacer las cosas de otra manera ? No tengo la respuesta** (…) **pero sí creo que vale la pena el caminar"**, desafió el orador. Mario explicó que si hay cosas afuera que nos duelen es porque nos duelen adentro y **"en la medida que sanamos el adentro y el afuera, el caminar va cargándose de sentido** y creo que, en última instancia, es la misión de los seres humanos".

Entonces explicó que estas son las ideas que viene trabajando con un equipo de gente extraordinario y que, muy tímidamente, están empezando a caminar para redefinir el rol de la empresa. **"Quizás es simplista pero... ¿cuántas veces pensamos el trabajo como el lugar que nos provee los medios para empezar a vivir cuando salgo del trabajo?**, cuestionó Mario Quintana. Y, fue más lejos, al preguntar a los presentes cuántas veces se piensa la empresa con el único objetivo de ganar dinero; **"nosotros mismos la vamos haciendo más chiquita en objetivos, más chiquita en sueños".**

Por eso, Quintana afirmó que es imprescindible repensar las empresas y la mirada que se tiene de su rol y del trabajo. E invitó a los dirigentes a animarse a pensar a las organizaciones con un objetivo que vaya mucho más allá de lo económico financiero. Si realmente se propone

una organización que tenga como **objetivo central ayudar a cada una de las personas que conforman el equipo a que lleven a cabo ese proceso personal de unificación**, se estaría percibiendo un cambio significativo en el ámbito empresarial. Mario Quintana invitó a **"poner ese proceso en el centro"** con la convicción de que hace a la esencia de una compañía. "Hoy hay mucha gente en el mundo, incluyendo grandes corporaciones, que se están planteando este tema genuinamente", afirmó.

Para ir terminando, Quintana sostuvo que es fundamental que los dirigentes trabajen en la profundidad de cada uno para **no esconder la realidad sino para "ponerla en el centro de la mesa y para saber que, aunque nos lleve muchos años, tenemos la misión de caminar en la coherencia".** Mario Quintana reconoció que es un objetivo ancho pero que, cuando se empieza a compartir en las organizaciones, genera una energía extraordinaria y, a la larga, engrandece a todas las personas.



BERNARDO NANTE

Filósofo y Presidente de Vocación Humana

La dimensión espiritual del liderazgo

"Escuchémoslo en serio, con todo el corazón y con toda el alma", así introdujo Carlos Pérez al filósofo y Presidente de Vocación Humana, Bernardo Nante, quién se mostró animado de encontrar a personas que buscan una sociedad más humana en un ámbito de trabajo tan distinto al suyo.

"Sinceramente, a veces pienso que los filósofos creemos que sabemos todo y en realidad no sabemos nada, por eso hablamos de todo", ironizó Nante antes de compartir con los asistentes algunas claves para reflexionar acerca de la dimensión espiritual del liderazgo.

En primer lugar, el filósofo afirmó que todo líder es espiritual **"en el sentido de que, en todo liderazgo, hay un compromiso para que el grupo que se lidera tenga una vida más plena".** Bernardo explicó que, generalmente, se confunde el término "autoridad" con el poder y el autoritarismo pero en realidad proviene de un verbo que significa "hacer crecer". Así, remarcó que el compromiso de todo líder es "hacer crecer" a las personas al pasar de un modelo del puro poder a uno del amor buscando reconocer la mejor potencia del otro.

Nante continuó explicando que, antes que nada, el líder debe saber liderarse a sí mismo porque **"para poder liderar afuera tengo que liderar adentro"**. En esta línea, partió de la universalidad de esta idea que se encuentra arraigada en la estructura de nuestra propia profundidad pero que pareciera que hemos olvidado. El Presidente de Vocación Humana explicó que, en definitiva, "por más que uno diga palabras edulcorantes; si esto no se vive, no se trasmite".

"Liderar, más que un mando, es un servicio", continuó Bernardo Nante antes de definir hacia dónde se encaminaría un aspecto espiritual del liderazgo. El filósofo jugó con el significado de Human Camp: **"¿Qué es un campo humano? Un campo es un lugar abierto y la palabra humano viene de humus que significa tierra; un liderazgo requiere de un Human Camp, de un territorio que sea fértil"**.

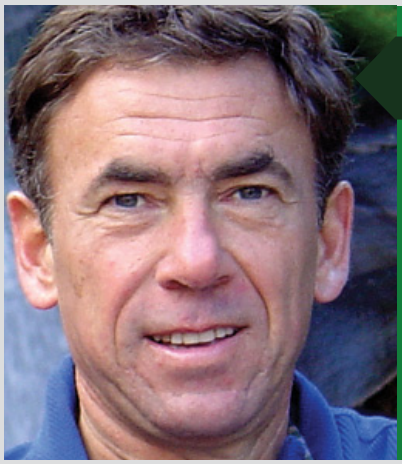
Sin embargo, Nante explicó que liderar también tiene otra condición: **"dejar que surja lo que tiene que surgir como espacio de creatividad, de liberación".** De esta forma, se va pasando de un modelo de la manipulación a uno de la facilitación. Entonces, el hecho de liderar supone una capacidad de diálogo pero también una capacidad de silencio: **"me parece importante que sepamos que los seres humanos necesitamos compartir la palabra pero también necesitamos compartir el silencio"**, desafió el filósofo e insistió en que el líder debe saber hablar así como saber escuchar.

Por otro lado, otro de los aspectos del líder es su firmeza y suavidad porque **"no lidera solamente**

con lo que dice, sino con lo que piensa y con lo que siente". Incluso imaginó un líder que pudiera liderar con sus sueños porque sólo quien observa sus procesos inconscientes en su interioridad puede establecer un propósito en su vida. **"Tengo que ir descubriéndolo, tengo que oír mi propósito"**, invitó Bernardo Nante.

A continuación, el filósofo mencionó los siete pecados capitales del mundo contemporáneo según Gandhi: la riqueza sin trabajo, el placer sin conciencia, el conocimiento sin carácter, el negocio sin moral, la ciencia sin amor a la humanidad, la religiosidad sin sacrificio y la política sin principios. Y, Nante agregó un octavo principio que estaría implícito en los anteriores: una vida sin sentido; **"el gran problema del drama contemporáneo es que se liberan muchas cosas pero no se sabe para qué"**, sentenció el Presidente de Vocación Humana, una Fundación que busca desarrollar las potencialidades de cada ser humano para comprometerlo con su esencia, con el prójimo, con el mundo y con la trascendencia. Por lo tanto, **"la vida tiene sentido cuando ahondamos en la profundidad y apostamos" y es el líder quién tiene la vocación de crear espacios de sentido y felicidad.**

Frente a la pregunta sobre cuál sería la mayor barrera, en términos emocionales y mentales, para enfrentar este desafío, Bernardo respondió que "el mayor defecto es copiar modelos porque **cada uno de nosotros, en el fondo, tiene como misión encontrar su propia vocación, su propia voz**" y, desde ahí, construir un verdadero liderazgo. Y, para terminar, confesó que uno de los mayores peligros que es confundir lo nuevo con lo novedoso. Mientras que lo novedoso es ver cuál es la última noticia, lo verdaderamente nuevo es lo que nos renueva. **"No nos aferremos a recetas"**, concluyó el filósofo.



LEONARDO MC LEAN

VP Comercial Latinoamérica en ESPN International

Liderazgo en Altura, la senda de la superación espiritual del liderazgo

“Allá donde crece el peligro, crece lo que nos salva'. De peligros y de salvaciones; de mirar a la muerte a los ojos sin pestañear. De esto va a hablarnos **Leo Mc Lean, VP Comercial Latinoamérica en ESPN Internacional** quién a los 44 años descubrió que quería trepar a los puntos más altos de cada uno de los continentes y lo hizo”, presentó Carlos Pérez al siguiente orador. En la intensa jornada de reflexión también se invitó a cada uno de los presentes a salir de las zonas de confort y enfrentar el peligro.

Después de esta introducción, Leo Mc Lean subió al escenario para compartir su experiencia y contó que, pasando los cuarenta años, había sentido que todas las seguridades que tenía en su vida lo estaban “aburriendo”. Por eso, **decidió escuchar su voz interior que lo llamaba a algo distinto**. Así, Mc Lean empezó a madurar el proyecto de escalar las siete cumbres más altas del mundo: “¿Y si subimos? En ese momento, sabía adentro mío que tenía que ir al Aconcagua”.

Al año siguiente, después de entrenarse un tiempo, Leo se enfrentó a un mundo desconocido. “Cada momento del Aconcagua es un gran esfuerzo y los desafíos avanzan a medida que vamos tomando altura porque ya no hay oxígeno”, relató Mc Lean y agregó que cada movimiento costaba mucho porque el cuerpo tenía que empezar a acostumbrarse a la falta de oxígeno. Caminaba sólo pero no estaba sólo y en el Aconcagua, a 7000 metros de altura, Leo volvió a escuchar “esa voz interior que sale de adentro” y entendió que necesitaba un balance en su vida.**”Y, cuando volví a casa, había una estantería que se había movido ¿Cómo sigo todo esto? ¿Cómo sigo buscando eso que venía encontrando?”**, se preguntó.

“Fue un desafío hacer los picos más altos de cada continente (…), **en todas las montañas hay algo nuevo, en todas encontré algo que en ese momento estaba buscando**”, declaró. En las primeras experiencias, Leo contó que empezó a sentirse más joven y descubrió que, en cualquier ámbito, con planificación y estrategia se pueden alcanzar los objetivos que nos propongamos. El tercer desafío fue en la Antártida: “Ahí todo era trabajo en equipo. Desde el primer hasta el último momento (…) Mi cumbre estaba en la cumbre de los demás. En la Antártida, en situaciones tan extremas, como en la vida creo... estábamos juntos”, compartió Mc Lean.

El siguiente objetivo tuvo lugar en Asia, con su clima traicionero y una tormenta que los encontró a 5.000 metros de altura. **“Yo estaba desesperado... tenía ganas de salir de ahí”** declaró Mc Lean y explicó que en la montaña también hubo momentos de angustia. Siempre manteniendo una distancia prudencial empecé a **“entender que mi seguridad**

está en la seguridad de los demás. No estoy sólo, siempre están los otros", reflexionó Leo. "Llegar a la cumbre de cada montaña era lo que me hacía volver, tenía que volver (…). Las cumbres se habían ido completando unas con otras", contó Leo. Por eso, "simplemente siguiendo mi instinto, mi corazón (…) y teniendo confianza en mis compañeros podía seguir y ahora me enfrentaba a dos montañas muy difíciles, en la mitad de la jungla, más que una montaña toda una gran aventura...". **Fue una caminata de 15 días en los que Leo vivió muy a fondo la diversidad**. "En esa diversidad entendí que yo era distinto también. Distinto a ese que yo quería, en cierta manera, cambiar. Y, también me encontré queriendo entender la diversidad" explicó Mc Lean e invitó a descubrir lo productivo que puede ser trabajar esa diversidad para los procesos sociales.
"Me faltaba una, el Everest, la más alta y una de las más riesgosas". En el 2010, tuvo que bajar antes de llegar a la cumbre con la ayuda de sus compañeros: "Lloraba de dolor, lloraba de miedo y admito que también lloraba bastante por darme por vencido" confesó Mc Lean. Pero, al año siguiente, Leo Mc Lean volvió a enfrentar la cumbre del Everest bajo las siguientes indicaciones: "Todos somos jefes, a 5.500 metros todos somos jefes. Cada uno es responsable de sí mismo. **Y, por más chica que parezca la responsabilidad, por más chica que sea la responsabilidad, es muy importante encararla**". Leo Mc Lean compartió la forma en que cada uno de sus compañeros, al participar de charlas periódicas y actividades diarias, pudo encontrar el líder que llevaba adentro. "Teníamos un sólo equipo: 60 personas con un único objetivo: la cumbre, aunque en realidad el objetivo era volver sanos y salvos a casa", agregó Leo.

Allá, a 5.500 metros de altura y en la mitad del hielo, el cuerpo siente el frío, la falta de oxígeno y de presión. "Todas las noches uno se va a descansar a la carpa buscando dormir para levantarse al día siguiente y preguntarse ¿por qué estoy acá?", declaró Leo. Cada día es un nuevo desafío que hay que enfrentar, un nuevo miedo: **"¿Qué es el miedo en el Everest? ¿Qué es el miedo para ustedes?** Lastimarse, golpearse, congelarse... aunque yo diría que el miedo es darse por vencido, es caer en el vacío de tirarse y decir: no doy más", reflexionó. Pero, después de enfrentar el tramo final, Leo Mc Lean alcanzó la cumbre de la montaña más alta del mundo: "más arriba, sólo azul...", compartió con los presentes. "Yo tuve mi Everest. Yo creo que cada uno de ustedes tiene sus Everests, sus desafíos" e invitó a cada uno de los presentes a fijarse un objetivo, una planificación, una estrategia y conformar un equipo para alcanzarlos.

Para terminar, Carlos Pérez le preguntó si notaba algún cambio radical en su vida cotidiana después de esta experiencia a lo que Mc Lean respondió: **"Te lleva mucho tiempo ver tus prioridades, así que ahora tengo tiempo para dar, tiempo para escuchar, tiempo para estar, tiempo para compartir. Tengo tiempo..."**, concluyó.



ESTANISLAO BACHRACH

Profesor de Innovación de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella

Cambiar para crear

"Primer ejercicio: en un minuto de reloj quiero que escriban todas las funciones posibles que puede tener un clip", con esta consigna inició su presentación el **profesor de Innovación de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella, Estanislao Bachrach** quién llenó de dinamismo el Auditorio de Buenos Aires en el segundo bloque del Human Camp.

"Nuestros pensamientos están bien limitados (…) aprendemos a pensar de una forma pero después cuesta mucho cambiarla porque requiere energía", explicó Bachrach basándose en la Neurociencia y explicó que el cerebro hace todo lo posible para no gastar energía ¿Por qué?: "Es como la Argentina, totalmente corto placista, quiere todo rápido y ya", ironizó el profesor.

Entonces, el reto que planteó Estanislao fue cómo hacer para pensar ideas nuevas que tengan valor. **"Hoy sabemos que la creatividad no es un talento sino que es una habilidad"** que requiere romper con ciertos patrones de pensamiento, por eso, "una forma linda de crear es preguntarse: **¿cómo hago para pensar algo que nunca pensé?**", desafió el orador.

Y continuó explicando que la Neurociencia define a las personas creativas como aquellas que pueden romper con sus pensamientos habituales: **"el 95% de las cosas que pensamos en el día son siempre las mismas"**, declaró el profesor y explicó que "si uno quiere ser creativo tiene que animarse a desinhibir el cerebro", que muchas veces actúa como juez. **"Si uno no cambia no puede ser más creativo."**

A continuación, Bachrach planteó cuatro formas de cambiar en las organizaciones: por un lado, el cambio impuesto y el cambio informado (que siempre generan resistencia) y, por otro lado, el cambio involucrado (en el que se hace parte a la gente) y el cambio iniciado (que es el más eficiente porque nace de la necesidad de las personas involucradas). "Una de cada nueve personas operadas del corazón logra cambiar un hábito alimenticio", informó el profesor de Innovación y, así demostró que si resulta tan difícil generar un cambio en las personas, parecería mucho más difícil hacerlo en una organización. **"Las personas no cambian en las organizaciones por miedo al fracaso, a ser distintos, a equivocarse pero lo que es absolutamente seguro es que, si uno cambia, se va a equivocar"**, animó Estanislao.

Explicó que las organizaciones se equivocan con las herramientas que usan para motivar el cambio en las personas porque "premiar a la gente para que haga algo creativo destruye su creatividad" y el famoso *feedback* genera una sensación de amenaza y "un cerebro amenazado puede actuar instintivamente y reaccionar; pero eso no es

cambiar", afirmó. En cambio, el profesor mencionó cinco **conceptos que para la Neurociencia son fundamentales a la hora de entender a las organizaciones y promover cambios en ellas**: el status y las injusticias, sean reales o percibidas, generan amenaza en la gente mientras que las certezas, la autonomía y la colaboración generan confianza.

De todos modos, el profesor remarcó que "lo que muchos no saben es que **el comportamiento depende de lo que sentimos y de lo que pensamos** y la Neurociencia trabaja en el nivel de los pensamientos de las personas para cambiarlos, no en los comportamientos." No sabemos gran parte de los que está pensando y sintiendo un ser humano, sin embargo, existen herramientas para entrar en el mundo de lo que la persona está pensando. **"A nosotros, como líderes, nos interesa cómo ayudarlos a que piensen mejor o distinto"**, invitó Bacharach.

A continuación, indicó tres formas en que el cerebro puede cambiar: mediante los *insights*, es decir, cuando la persona se da cuenta de las cosas sola y no porque se lo dijeron, mediante la atención , es decir, que cuando un líder quiere que su gente cambie tiene que llamarle la atención hacia ese cambio y, por último, disminuyendo las interferencias, es decir, las emociones negativas, y acentuando lo positivo: agradecer, reconocer, validar.

Estanislao sostuvo que "tenemos mucha más capacidad de no hacer lo que el cerebro dice que quiere hacer, que hacer lo que queremos". Con esta frase, el orador explicó el poder de veto que tiene nuestro cerebro e invitó a los presentes a preguntarse **"qué es lo que estamos haciendo hace años, o hace meses, de manera automática, que podemos dejar de hacer?".** Al mismo tiempo, animó a **"soltar los apegos emocionales para poder ser creativos"** y dejar de repetir los comportamientos que no responden a lo que necesitamos hoy.

Para terminar, enumeró siete aspectos que consideran aquellas empresas que son exitosas en generar cambios en su gente: minimizan las diferencias de status, ofrecen seguridad a los empleados, tienen equipos autogestionados con decisiones descentralizadas, comparten extensivamente la información, ofrecen altas recompensas basadas en la justicia, brindan capacitación y contratan a los empleados de manera selectiva tomando como criterio su identificación con los valores de la organización.



DAVID RUDA

Fundador y Presidente de Tarjeta Naranja

Las personas en el centro de todo

David Ruda, Presidente y Fundador de Tarjeta Naranja, la organización que tiene más de 4500 empleados y que además figura en el Record Guinnes por ser la compañía con el mayor número de parejas formadas adentro, invitó a los presentes a abrazar al que estaba sentado al lado e introdujo el tema de su charla: **las personas en el centro de todo**.

Después de la proyección de un video, David reflexionó sobre la manera en que **"los preconceptos nos matan; matan a las personas, matan a las compañías, matan el futuro"** e insistió en que **"hay genialidad dentro de las personas que no tiene nada que ver con el aspecto exterior".** El orador explicó: "Cuando respetamos a las personas y nos preocupamos por saber quién es, cómo es, qué le gusta, qué dice, qué quiere hacer de su vida, cómo es para trabajar con otras personas... los preconceptos desaparecen" y defendió la idea de que cada persona es única e irrepetible.

En esta línea, Ruda sostuvo que es necesario entender que las **personas que trabajan en una empresa "quieren algo más que una tarea: quieren crecer".** Por eso, es importante respetar sus intereses, sus aspiraciones y sus necesidades para encontrar **"equipos formados por personas interesadas en lo que están haciendo"** que, de a poco, van a ir soltando su creatividad y su deseo de colaborar.

A continuación, el fundador de Tarjeta Naranja compartió cuáles representan para él los cuatro valores característicos de la compañía: las puertas siempre abiertas, la pirámide invertida, la mejora continua y la alegría en el trabajo, siendo éste el más importante de todos los valores. "Tenemos un montón de gente que lleva toda la vida trabajando con nosotros (…) porque **las personas quieren disfrutar de su trabajo y formar equipos que trabajen cómodamente haciendo amigos"**, argumentó Ruda e insistió en que entienden "la calidad y la calidez como una sola cosa", esa es la parte fundamental de su cultura de trabajo: **"gente alegre, tranquila y grupos amigables que buscan trasmitir a la gente el espíritu de la empresa"**.

David Ruda graficó con un video el cuidado y dedicación que requiere la elección del equipo de trabajo: "elegir la gente, mimarla, cuidarla... asegurar que está en el justo equilibrio con el que está al lado" es una tarea que requiere tiempo y energía. Y, comparó a una empresa con una orquesta "**en dónde cada persona sabe perfectamente lo que tiene que hacer"** para alcanzar los objetivos. A su vez, comparó el rol del líder que dirige la empresa con el del director de la orquesta : "lo difícil es sacar del alma de los músicos el sentimiento que el autor quiso poner en la partitura de música que va a tocar". Y afirmó que **"siempre hay un líder que está esperando el turno, la oportunidad para avanzar y crecer"**

por lo tanto el secreto es darle lugar a las personas para que asuman ese rol.

Para cerrar su presentación, David Ruda conquistó con su simpleza y mostró el secreto del éxito de su compañía en un video de ocho segundos en el que un niño se lastima y su compañero deja lo que estaba haciendo para mimarlo. **“Esa es la fórmula, es igual que la de Einstein sólo que, en lugar de masa, es cariño”**, declaró.



FERNANDO RUBIO

COO de Dridco, Grupo La Nación

Alineando valores: persona, empresa y sociedad

"Nos encanta cuantificar... **¿qué pasaría si usáramos las reglas de cuantificación para devolverle un poco de magia a la vida?"** desafió Carlos Pérez al presentar a Fernando Rubio, CCO de Dridco, Grupo La Nación, quién expuso los resultados de una encuesta realizada por ZonaJobs a más de 3000 profesionales de Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela.

Fernando explicó que, a través de la encuesta, se buscó responder al siguiente interrogante: **"¿cómo relacionar el coeficiente espiritual con el mundo empresarial?"** partiendo de la premisa de que la columna vertebral de este coeficiente son los valores. **"Como líderes todo el día tomamos decisiones e influenciamos a los demás y, (...) nuestra conducta está condicionada por nuestros valores"** afirmó Rubio.

Entonces, a partir de la afirmación de que los valores de las personas definen cómo se comportan como líderes, **el trabajo realizado se basó en tres actores que interactúan constantemente entre sí: las personas, las empresas y la sociedad.** ¿Cuál era el siguiente desafío? Descubrir si los valores de cada uno de estos actores estaba alineado con los del otro. Para esto, se consideraron tres ejes: "la persona en sí misma, cómo se relaciona la persona con la empresa y cómo se relacionan la persona, la empresa y la sociedad".

En primer lugar, se descubrió que **el 60% de los encuestados no está feliz en el trabajo**, que el 90% de las personas considera que la actividad que realiza aporta al desarrollo de la empresa en la que trabaja y el 68% considera que las acciones y decisiones que toman a diario influyen en su equipo de trabajo. **"Entonces, desde el punto de vista de las personas: influenciamos a los demás, influenciamos mucho en las cosas que hacemos para la empresa, pero no estamos felices"** concluyó Rubio.

En segundo lugar, al preguntar sobre la relación persona – empresa, se descubrió que **el 41% de los encuestados considera que no está realizando un aporte concreto** y el 19% siente que los valores propios están alineados con los de la empresa en la que trabaja. Además, **el 11% de las personas considera que no se reconocen las contribuciones que hacen los empleados**; esto hace referencia al entendimiento del por qué y para qué se hacen las cosas en una organización.

Por otro lado, el 52% de los encuestados considera que tiene un líder motivador en el trabajo mientras que el 48% cree que no. Y, otro dato relevante también es que **"el 92% de los encuestados consideran que no están desafiados porque no saben para qué están haciendo las cosas"**, compartió el CCO de Dridco.

En tercer lugar, al considerar el último eje de la encuesta: empresa y sociedad, se descubrió que una de los aspectos que menos le importan a las

personas es sentir que la actividad que realizan en la empresa tiene un fin relevante para la sociedad. **“El 70% considera que su empresa no influye en el desarrollo de la sociedad”**, declaró Rubio de forma preocupante y se preguntó si no será necesario reflexionar sobre la forma en que los dirigentes están llevando adelante su tarea.

Para resumir, **Fernando Rubio sintetizó los resultados de la encuesta**: en primer lugar, las personas consideran que influyen en los demás y también en las cosas que hacen para la empresa pero no son felices; en segundo lugar consideran que no se los lidera, que sus valores no son los mismos que los de la empresa en la que trabajan y que les faltan desafíos; y, en tercer lugar, consideran que ni lo que hacen ni las empresas en las que trabajan tienen influencia en la sociedad. A partir de esto, Fernando Rubio reflexionó que se trabaja mucho en qué hacer y cómo hacerlo pero **“muy pocas veces nos preguntamos ¿para qué hacemos las cosas? (...) y, en realidad, el para qué es la base de la pirámide**. A partir del para qué deberíamos contestar al qué hacemos y cómo lo hacemos”, desafió a los presentes.

En base al análisis de los resultados de la encuesta, Fernando Rubio insistió en que es importante que las personas que se lideran sientan el compromiso y se identifiquen con los valores de la empresa. El COO de Drico **planteó como prioridad que los empleados sepan para qué están haciendo las cosas**: “Vamos a sacar lo mejor de ellos si sienten cuál es su aporte a la sociedad y a la empresa”. Y, terminó sosteniendo que **“si descuidamos los valores de las personas y de la empresa - lo espiritual - nos convertimos en autómatas altamente capacitados”**.



TOMAS OLIVIERI

Director Ejecutivo de Diagonal y Fellow de Ashoka

¿Soy lo que hago o hago lo que soy?

A continuación, subió al escenario Tomás Olivieri, Director Ejecutivo de Diagonal y Fellow de Ashoka, quién agradeció a los presentes por haber aceptado la invitación del Human Camp a hacer un alto en sus agendas cargadas de compromisos y reflexionar sobre algunos temas que nos involucran a todos en la actualidad. Tomás agradeció especialmente a Clara Pazos, creadora del Human Camp, por haberse animado a continuar con esta iniciativa: "Detrás de escena son muy poquitas personas las que, con mucha garra y corazón, están intentando plantar una semilla, desde la co-creación con todos ustedes", animó.

El objetivo de su charla fue plantear la siguiente pregunta: ¿soy lo que hago o hago lo que soy? Porque la respuesta marca la diferencia entre *vivir* y *sobrevivir*. **"Lo que el mundo necesita es gente que ame lo que hace"**, sostuvo Olivieri. El 60 % de las personas no es feliz haciendo lo que hace, nos decía Fernando Rubio en la presentación anterior pero Tomás reforzó esta preocupación al afirmar que el 75% de la vida nos la pasamos trabajando.

¿Qué harías si el dinero no fuera tu propósito? fue el disparador de un video proyectado en las pantallas del Auditorio de Buenos Aires frente a la mirada de más de 500 personas y que invitó a reflexionar sobre aquello que nos motiva: **"¿Qué es lo que deseas?"**. Tomás insistió en que, muchas veces le tenemos miedo al cambio porque "no nos animamos a pensarnos de una manera diferente a la que fuimos educados, criados, programados...", desafió el orador.

A continuación, compartió con los presentes la historia de su hermano Agustín quién vivió sus 24 años con una intensidad y con un sentido que lo hicieron a él darse cuenta de que **"es mejor tener una vida corta llena de las cosas que te gustan hacer que una vida larga vivida sin sentido"**. En la misma línea, contó que hace algunos años decidió acompañar a personas que están atravesando el último tramo de su vida "me ayuda a conectarme, no tanto con el por qué estoy vivo sino con el **¿para qué estoy vivo? ¿cuál es el sentido?**", se preguntó.

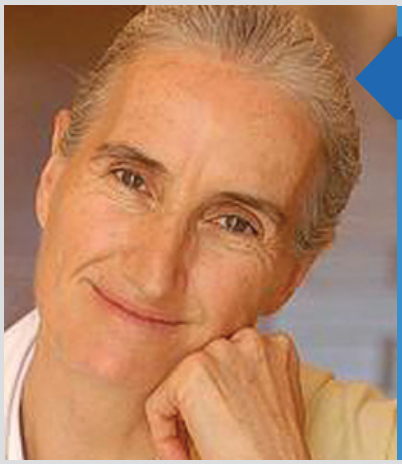
Citando un libro escrito por una enfermera australiana, **Bronnie Ware**, que se dedica a acompañar a personas en el final de sus vidas, Olivieri mencionó cinco cosas de las que se arrepentían las personas antes de morir: **ojalá hubiera hecho lo que realmente quería hacer** y no lo que la gente esperaba, **ojalá hubiera trabajado menos, ojalá me hubiera animado a expresar mis sentimientos, ojalá hubiera pasado más tiempo con mis amigos y ojalá me hubiera permitido ser más feliz**.

Tomás alertó que, muchas veces, vivir en lo urgente nos hace olvidar de lo verdaderamente importante:

“Por lo general, desde que nacemos nos educan para trabajar en el paradigma del hacer. Somos especialistas en hacer pero nos olvidamos de ser. Nadie nos dijo que seamos”. Esto explica por qué la mayoría de las personas tienen un superávit en el *hacer* pero no saben *ser.* Por eso, Olivieri planteó la importancia de animarse a mirar hacia adentro para ver quiénes somos y, desde ahí, qué queremos hacer para los demás. Y recordó la frase de Steve Jobs, creador de Apple, quién dijo: “La muerte es el mejor invento que tiene la vida porque la muerte me recuerda para qué estoy en esta vida”.

Continuó explicando que en la Asociación Civil Diagonal, la organización que lidera y que busca ofrecer una oportunidad de reinserción laboral a personas mayores de 45 años que buscan trabajo, “nosotros pensamos que cuando las personas son despedidas es una oportunidad para resignificiar la propia vida (…) y encontrarle un sentido distinto” porque en la pérdida del trabajo muchas veces **“se llama a morir a lo que fuimos para darle lugar a que nazca aquello que puedo ser... y que muchas veces no fui porque no me animé a ser”**, reflexionó Tomás.

Y fue más lejos... “se dice que el mayor miedo que tienen las personas es el miedo a morir y yo creo que, en realidad, **el mayor miedo que tenemos las personas no es a morir sino a vivir”**. En una sala inundada por un silencio respetuoso, Tomás Olivieri terminó su presentación con esta sugerencia: **“No te preguntes lo que el mundo necesita, preguntate qué es lo que te hace sentir vivo y dalo. Porque lo que el mundo necesita es gente que se sienta viva”**.



MOIRA LOWE

Directora de Brahma Kumaris, Universidad Espiritual

Meditación: Integrando Cuerpo, Mente y Espíritu

Moira Lowe, Directora de Brahma Kumaris, Universidad Espiritual que acomapaña a las personas a comprender cuáles son sus recursos y valores internos, cerró la jornada de reflexión. Para empezar, agradeció a Clara por haber creado esta "atmósfera de aprendizaje" en una tarde en la que se sembraron muchas semillas: **"creo que cada vez que venimos al Human Camp algo nace, algo comienza a ser diferente en nuestras vida"**.

Después de haber pasado varias horas escuchando atentos las distintas experiencias de los oradores, Moira invitó a los asistentes a hacer un viaje, un vuelo hacia el interior de cada uno para experimentar ese "poder con que todas estas realidades, todas estas experiencias, todos estos logros se construyen". Explicó que cada uno tiene un poder interno: el poder del pensamiento que se expresa a través de nuestras palabras y de nuestras acciones. Por eso, Lowe propuso a los presentes hacer un viaje hacia "ese lugar donde nacen, donde se crean los pensamientos, ese lugar desde donde te podés observar".

Moira explicó que cuando estamos atravesando "una meceta de motivación", cuando todo nos da lo mismo y no podemos encontrarle un sentido a lo que nos está pasando es porque estamos afuera de nosotros mismos. Por eso, la Directora de Brahma Kumaris habló de la necesidad de vivir introvertidos para poder conectarnos con la realidad desde un lugar más auténtico. "En realidad, meditar tiene que ver con observarme a mi mismo", afirmó.

Al inicio del encuentro, Andy Freire contó que le había llevado mucho tiempo saber para qué estaba y qué era lo que le daba sentido a su vida: es parte de **"entender quién soy yo realmente"**, explicó Moira. "El mundo no sería igual sin ti, eres un verdadero regalo para la humanidad pero es necesario que te conozcas, que sepas exactamente quién eres... porque, cuando sepas quién eres, sabrás exactamente para qué estás", desafió a los presentes.

Por eso, Lowe invitó a explorar "este espacio sagrado, profundo, privado y seguro que es nuestro mundo interno"a través de una experiencia de meditación. Moira comparó a la mente con un caballo salvaje e insistió en que **"lo que nos cansa no es tanto lo que hacemos sino cuánto pensamos".** Por eso, afirmó que es necesario abrazar este poder del alma para poder elegir esa energía en función de lo que nos proponemos en la vida. **"Nuestros pensamientos son semillas que crean nuestra realidad, (…) cada pensamiento está diseñando mi propia experiencia de vida".**

Sin embargo, también habló de los desafíos que se nos presentan muchas veces: situaciones

adversas que no esperábamos, sombras que debemos trabajar y que no se trata de negarlas, ser indiferentes o evitarlas. **“Es muy importante que exploremos la relación profunda que existe entre lo que pienso y lo que siento”**, invitó Lowe. “Cuando nosotros nos proponemos meditar es porque queremos volver a casa, volver a a ese lugar donde yo estoy seguro, donde yo estoy entero, donde yo estoy conmigo mismo”.

Antes de iniciar la meditación, Moira Lowe aclaró que “no son las situaciones las que nos atraviesan sino que somos nosotros, el alma viajera, que atraviesa las situaciones. **Entonces ¿desde qué lugar estoy mirando la realidad?**” porque cuando se cambia de perspectiva el pensamiento puede llevarte a otro momento de tu vida. “Los quiero invitar ahora a hacer una experiencia para que observemos qué poder maravilloso existe dentro de cada uno de nosotros” y los más de 500 asistentes cerraron sus ojos y meditaron durante cerca de 10 min.