

PLAN DE FORMACIÓN PARA ENTIDADES Y COLECTIVOS CIUDADANOS 2023

- Vicealcaldía. Área Delegada de Coordinación Territorial, Transparencia y Participación Ciudadana -

∞ Espacio asociativo/Banco de recursos formativos ∞

ACTUACIONES PARA LA CAPTACIÓN Y ACOGIDA DE NUEVOS SOCIOS



CONTENIDO

1. DIAGNÓSTICO DE LA PARTICIPACIÓN EN LAS ENTIDADES	3
1.1. <i>Análisis DAFO</i>	3
1.2. <i>Matriz CAME</i>	5
2. COMUNICACIÓN ENTRE LOS MIEMBROS DEL GRUPO.....	8
2.1. <i>Pistas para mejorar la comunicación en un grupo</i>	8
2.2. <i>Problemas concretos entre los miembros del grupo</i>	9
3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	11
3.1. <i>Sistema Triple A</i>	11
3.2. <i>Comunicación No Violenta o CNV</i>	12
3.3. <i>Comunicación positiva</i>	13
3.4. <i>Sugerencias para la acogida y captación</i>	16



1. DIAGNÓSTICO DE LA PARTICIPACIÓN EN LAS ENTIDADES

No es fácil explicar qué nos lleva a tomar decisiones, como seres humanos. Lo que antes era bastante común, ahora no lo es tanto. El porqué, creemos que no tiene una explicación fácil.

Es posible que influyan en esto muchos factores. Creemos que uno de los más destacados es la creciente tendencia al individualismo y la dificultad para socializar de las generaciones actuales.

Está demostrado que las generaciones “Millenials” y “Z” tienen unos comportamientos sociales más individualizados y pasan más tiempo en casa y no tanto en la calle. Esto no es ni positivo ni negativo, simplemente es una realidad. Lo que sí es importante para lo que nos ocupa es conocer cuál es el lenguaje con el que nos tenemos que dirigir a las personas de estas generaciones, para poder hacerles partícipes de nuestras necesidades.

Es evidente que, hoy en día, el tejido asociativo está en horas bajas. Cada vez es más difícil que se unan personas a las asociaciones y desarrollen el compromiso que se debe tener en este tipo de entidades.

Aunque sean herramientas muy conocidas y manidas, existen dos que creemos que es importante utilizar para poder tener una foto real de nuestras entidades. Hablamos del DAFO y la matriz CAME.

1.1. Análisis DAFO

Una matriz DAFO parte de cuatro elementos:

Debilidades: apunta a los factores internos que hacen vulnerable a una entidad, ya sea una mala organización, ciertas tareas ejecutadas de forma ineficiente o procesos que simplemente no se realizan, entre otras. Es todo aquello que le resta competitividad.

Amenazas: se refiere a los aspectos externos, es decir, al entorno negativo en el que una organización se encuentra, el cual no se puede controlar: los competidores, la situación económica, fiscal, política y legislativa.

Fortalezas: representa todas las funciones correctas y buen uso de recursos que la organización hace internamente. Incluye las capacidades y habilidades del personal, su infraestructura, tecnología y organización.

Oportunidades: son las situaciones exteriores que favorecen a la entidad, aunque no estén bajo su control. Representan una ventaja tecnológica, social, cultural, tendencia del mercado que ofrece la posibilidad de favorecer su crecimiento.



1.2. Matriz CAME



Estas dos herramientas se complementan y es muy oportuno utilizarlas unidas para obtener el máximo rendimiento, tal y como se puede ver en la siguiente figura.



Una vez que tenemos la foto real de nuestra entidad podemos ponernos manos a la obra para poder obtener lo que queremos. Si damos por válido que necesitamos nuevos asociados en nuestra asociación, es necesario que planteemos acciones para conseguirlos.

Es evidente que, si contamos con un buen desarrollo de la *Inteligencia Emocional*, podremos comunicarnos con los demás de una manera mucho más eficaz. Si hablamos de *Inteligencia Emocional*, no podemos hacerlo sin nombrar a Daniel Goleman, el creador de las primeras teorías sobre ella.

Para Goleman (1995: 43-44) la inteligencia emocional consiste en:

- **Conocer las propias emociones:** El principio clásico "conócete a ti mismo" se refiere a esta pieza clave de la inteligencia emocional: tener conciencia de las propias emociones, reconocer un sentimiento en el momento en que ocurre. Una incapacidad en este sentido nos deja a merced de las emociones incontroladas.

- **Manejar las emociones:** la habilidad para manejar los propios sentimientos, a fin de que se expresen de forma apropiada, se fundamenta en la toma de conciencia de las propias emociones. La habilidad para suavizar expresiones de ira, furia o irritabilidad es fundamental en las relaciones interpersonales.

- **Motivarse a sí mismo:** una emoción tiende a impulsar hacia una acción. Por eso, emoción y motivación están íntimamente interrelacionadas. Encaminar las emociones, y la motivación consecuente, hacia el logro de objetivos es esencial para prestar atención, automotivarse, manejarse y realizar actividades creativas. El autocontrol emocional conlleva demorar gratificaciones y dominar la impulsividad, lo cual suele estar presente en el logro de muchos objetivos. Las personas que poseen estas habilidades tienden a ser más productivas y efectivas en las actividades que emprenden.

- **Reconocer las emociones de los demás:** un don de gentes fundamental es la empatía, que se basa en el conocimiento de las propias emociones. La empatía es la base del altruismo. Las personas empáticas sintonizan mejor con las sutiles señales que indican lo que los demás necesitan o desean. Esto las hace apropiadas para las profesiones de la ayuda y servicios en sentido amplio (profesores, orientadores, pedagogos, psicólogos, psicopedagogos, médicos, abogados, expertos en ventas, etc.)

- **Establecer relaciones:** el arte de establecer buenas relaciones con los demás es, en gran medida, la habilidad de manejar las emociones de los demás. La competencia social y las habilidades que conlleva, son la base del liderazgo, popularidad y eficiencia interpersonal. Las personas que dominan estas habilidades sociales son capaces de interactuar de forma suave y efectiva con los demás.

La inteligencia emocional debe utilizarse de una forma adecuada para lograr varios de los objetivos que se tienen. Identificar las emociones propias ayuda a controlarlas con más eficacia para actuar de una mejor manera, además de automotivarse para que las emociones puedan ser positivas. También permite identificarlas en los demás, se podrá mostrar empatía y entablar una excelente comunicación.

Tener una habilidad emocional desarrollada le da a la persona mayor seguridad, porque tendrá más habilidad para una conversación, podrá expresarse cuando no comprenda algo y podrá apoyar a los demás. También puede tener un pensamiento optimista creando un ambiente agradable en el contexto en que se encuentre.

Las emociones en la vida del ser humano siempre van a influir para la toma de decisiones, para saber cómo comportarse, para saber cómo actuar, para saber cómo integrarse en un grupo social o en la sociedad, por esta razón es necesario que se les eduque en este aspecto emocional; para que puedan comprender mejor cada una de las situaciones por las que pasan.

Goleman (2007) manifiesta que, de la suma de inteligencias en un colectivo de individualidades, no siempre resulta una gran inteligencia que cumple sus objetivos. Es necesario saber trabajar en grupo, dejar a un lado intereses individuales, y un líder necesita ser capaz de dinamizar todas esas inteligencias para aumentar la inteligencia del grupo. Goleman propone implantar programas para un desarrollo de las habilidades emocionales, habilidades cognitivas y habilidades conductuales que nos permitan ser ciertamente eficaces. Cada una de las personas de la asociación tiene que aprender a conocerse primero a sí mismo, reconocer cada una de sus emociones. Luego debe trabajar en equipo para lograr el aspecto emocional y cognitivo. Efectivamente, lo emocional permite que la persona obtenga otras habilidades que los programas educativos actuales requieren, como el aprender a aprender; aprender a ser, que se relaciona con la forma en que los alumnos expresan a través de la práctica lo aprendido y, finalmente, el saber ser y convivir, porque debe aprender a relacionarse y apoyar a los demás.

Mientras Gardner (1993) entiende la inteligencia en general, o cualquiera de ellas, como capacidad para solucionar problemas, generar otros que resolver, así como crear productos u ofrecer servicios en los distintos ámbitos culturales, Goleman (1996, 2006), desde una perspectiva más restrictiva y acotada a lo emocional, define la inteligencia como *capacidad para comprender problemas relativos a los sentimientos y habilidad para manejarlos*. Goleman (2006) habla también de una inteligencia social y trata de distinguirla de la inteligencia interpersonal en el sentido que le da Gardner. Goleman afirma que los humanos, diseñados neurológicamente para comportarnos como seres sociales, tenemos una predisposición para la empatía, la cooperación y el altruismo. A su juicio, la inteligencia social se construye sobre dos pilares: la conciencia social (lo que sentimos en relación con los demás) y la aptitud social, lo que hacemos a partir de esa conciencia. La inteligencia social se extiende, en su ser y quehacer, a través de la empatía. Es interesante traer a colación aquí que ya Thorndike (1920) se refirió por vez primera a la inteligencia social como capacidad para comprender y relacionarse adecuadamente con los demás, habilidad que todos necesitamos para vivir en sociedad, entendida también como la capacidad para actuar sabiamente en el mundo, algo que va más allá de la relación yo-tú.

2. COMUNICACIÓN ENTRE LOS MIEMBROS DEL GRUPO

La comunicación es fundamental en todas las facetas de nuestra vida. Mediante la comunicación conocemos y aprendemos muchas cosas, expresamos nuestras opiniones y sentimientos, nos relacionamos con las otras personas, etc.

En el grupo, hablar de comunicación es referirse a las formas y procesos de intercambios que existen entre:

1. Los miembros del grupo.
2. Los grupos y su entorno social.

Ambas formas de comunicación son muy importantes.

La primera porque una buena comunicación refuerza entre los miembros el sentimiento de que pertenecen al grupo y es una condición necesaria para la participación.

La segunda porque la comunicación como medio social es, en la mayoría de los casos, una parte fundamental de la actividad en el grupo y asegura que no se pierda el contacto con la realidad, ya que los objetivos y el trabajo del grupo están estrechamente relacionados con los problemas y necesidades existentes en dicha realidad.

Una de las reglas de oro del grupo es que “no se puede no comunicar”. Esto quiere decir que continuamente, incluso cuando no se quiere de forma intencionada, estamos transmitiendo a los demás impresiones, información diversa de lo que pensamos, de nuestra forma de entender la realidad... Para ello se utilizan los gestos y las posturas del cuerpo, el tono de voz, las formas del lenguaje, los vestidos, los adornos que utilizamos, etc. De la misma manera, en un grupo la comunicación “está en todo”.

2.1. Pistas para mejorar la comunicación en un grupo

Considerar la comunicación como una condición necesaria para que pueda desarrollarse adecuadamente la participación de los miembros del grupo.

Establecer en el interior del grupo vías de comunicación precisas en la que queden claramente descritas:

- Las funciones.
- Los contenidos.
- Los interlocutores.

Revisar regularmente el funcionamiento de las vías de comunicación para valorar cómo funcionan y adaptarlas a las necesidades del grupo.

Comparar de una forma regular las informaciones para asegurar que existe una comprensión concreta de las mismas por parte de los miembros.

Preparar y seleccionar las informaciones. Tan mala es la falta de información como el exceso de informaciones que “rebotan” las vías de información y no dejan distinguir entre lo que es importante y lo que no lo es.

En cada información hay que asegurar que existe una estrecha relación entre nuestra forma de organizarnos y comunicarnos.

Que la información circule por las mismas vías por las que se toman las decisiones y se realizan las acciones.

Evitar etapas innecesarias en las vías de comunicación. Que las afirmaciones no tengan que recorrer un camino excesivamente largo desde que se emiten hasta que llegan a las personas a quienes van dirigidas. Cuanto más intermediarios, más filtros y deformaciones en el mensaje.

2.2. Problemas concretos entre los miembros del grupo

Cuando un socio no sabe qué es lo que tiene que hacer, hay que explicarle de forma detallada cuáles son los objetivos marcados y qué es lo que se espera de ella o él.

Si algunos miembros del grupo actúan por su cuenta, sin consultar al resto, es conveniente separar y definir algunas responsabilidades concretas.

Si algunos socios no saben cuál es su labor y tampoco su relación con el resto, habrá que volver a explicar cuáles son las tareas de cada uno.

Cuando algún miembro no pueda con el trabajo que debe realizar habrá que modificar la distribución de los recursos humanos de los que disponemos.

Si algunos miembros cumplen bien su tarea personal, pero fallan en el trabajo en grupo o, por los motivos que fueren, no quiere trabajar con una compañera/o del grupo no hay que obligarle, pero hay que intentar que encuentre la motivación para el trabajo en grupo.

Si existe una mala relación entre socios (que afecta al funcionamiento de la propia asociación) es recomendable hablar con las/os interesadas/os y subrayar que todos y cada uno de ellas/os son válidos y necesarios para la buena marcha del proyecto.

Hay que fomentar el respeto y la unión interna.

Cuando algunos socios no hacen su trabajo, a pesar de conocer a la perfección qué es lo que tienen que hacer, hay que intentar conocer la fuente del problema para superarlo. Para evitar que los miembros del grupo sientan que no se valora la tarea

que desempeñan, no están de más los gestos de aprobación y reconocimiento. Fortalecen la autoestima y el trabajo en grupo.

Si en el grupo no se toman medidas importantes, de envergadura, o si estas cambian constantemente, el presidente deberá intentar corregir la dirección o aprender a delegar estas funciones.

3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

3.1. Sistema Triple A

Amortiguo, Argumento y Avanzo.

Esta es una herramienta de carácter reactivo y que está muy relacionada con la empatía. Como bien sabemos, la empatía es la capacidad que tenemos para poder entender el comportamiento o las reacciones de las otras personas, muchas personas definen la empatía como la capacidad de ponernos en los zapatos del otro. Si bien es cierto que a nosotros no nos parece la definición más acertada, la podemos dar por válida para resumir de una manera rápida el concepto de empatía.

Para poner en práctica esta herramienta de comunicación, lo primero que debemos hacer, es explicar su funcionamiento. Como hemos comentado anteriormente, es una herramienta reactiva, se utiliza cuando alguien viene a recriminarnos algo o a demandarnos una necesidad.

Lo primero que debemos hacer, cuando alguien nos interpela es ponernos en su situación, practicar la empatía, entender que si nos está recriminando algo es porque, para esa persona, lo que necesita es importante. Por tanto, hay que hacerle entender que somos consciente de lo que nos está pidiendo y que lo hemos entendido, o lo que es lo mismo, utilizo la primera A de la herramienta “AMORTIGUO” el primer mensaje. Para ello podemos utilizar expresiones como:

- Entiendo perfectamente que me digas eso.
- Entiendo que puedas pensar eso.
- Gracias por decírmelo.

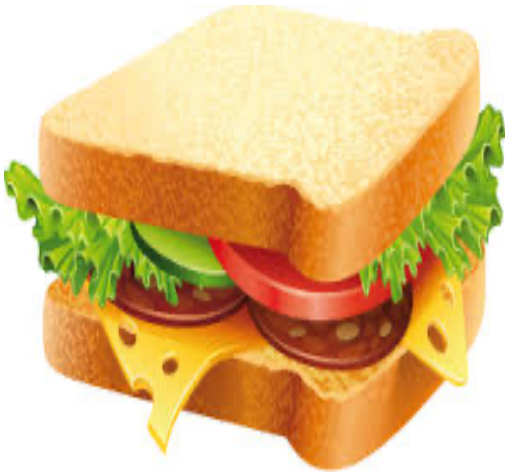
Cualquier expresión que haga que la otra persona se sienta escuchada y entendida.

A continuación, hacemos uso de la segunda A, “ARGUMENTO”, explico las razones y los argumentos que estén relacionados con la petición que nos esté haciendo la persona, ser empático y entender por qué la persona nos está haciendo esa petición no implica que tengamos que estar de acuerdo con su explicación. Yo puedo entender que tú me estés pidiendo eso. No obstante, no estoy de acuerdo con ello. Sugerimos no utilizar la palabra “pero”, por ejemplo: “Entiendo que me digas que no te estoy teniendo en consideración, pero...” Ese *pero* lo que hace es anular la frase anterior. Por eso sugerimos utilizar “no obstante” o “aunque”. Quedaría de la siguiente manera “Entiendo que me digas que no te estoy teniendo en consideración, no obstante...”

Por último, utilizaremos la tercera A de la herramienta “AVANZO” para proponer un avance en la conversación y que no se quede enquistada, siempre debe ser una propuesta que intente solucionar, o por lo menos, avanzar hacia una solución en la conversación.

En resumen, cuando alguien nos viene a pedir o demandar algo, lo primero que hay que hacer es *Amortiguar* el mensaje, dándole a entender, a esa persona, que hemos escuchado su demanda y que entendemos que para él/ella es importante. Una vez que lo hemos amortiguado, lo segundo que debemos hacer es *Argumentar* qué es lo

que nosotros pensamos sobre esa demanda que nos han hecho –puede ser dando la razón a la persona o no, depende de lo que pensemos nosotros- y por último *Avanzar*, proponer una acción que nos permita avanzar para resolver la demanda que nos han hecho.

**AMORTIGUO****ARGUMENTO****AVANZO**

3.2. Comunicación No Violenta o CNV

Al contrario que la herramienta anterior, la CNV, es una herramienta proactiva, se utiliza cuando somos nosotros los que vamos a hacerle una petición o demanda a alguien. Está muy relacionada con la *asertividad* que, para hacerlo breve, podemos decir que es la capacidad que tenemos para defender nuestros derechos sin menoscabar, menospreciar o dañar al otro. Es una herramienta que inventó Marshall Rosenberg en los años sesenta en el entorno de la segregación racial en las universidades norteamericanas. Con posterioridad se ha utilizado en multitud de entornos, tanto educativos como en conflictos armados.

Consta de 4 puntos.

1. **Explicación objetiva.** El primero de ellos es la descripción objetiva del hecho en sí, expresado de manera personal y con la mayor objetividad posible, cuanto más específica sea esta descripción mucho mejor.
2. **Emoción:** Identificar la emoción que me provoca la situación explicada en el punto 1.
3. **Argumentar la emoción:** Explicar por qué nos provoca la emoción anterior y que estará relacionado con el punto 1, siempre se debe hacer la explicación desde el mensaje “yo” evitando el mensaje “tú”. Para evitar el juicio a la otra persona, hablar en primera persona. Nos hacemos cargo de lo que implica para nosotros, sin juzgar en ningún momento a nuestro interlocutor.
4. **Propuesta de avance:** al igual que en la herramienta anterior, siempre es positivo terminar con una propuesta de avance para encontrar soluciones que eviten que las conversaciones se enquisten.



<https://viewnext.usal.es/blog/comunicaci%C3%B3n-no-violenta>

3.3. Comunicación positiva

Utilizar una comunicación positiva en el entorno laboral o dentro de las entidades, crea climas laborales positivos y permite un crecimiento y desarrollo por parte de los equipos. No estamos hablando de positivismo ni de frases en una pared, que también se pueden utilizar, hablamos de algo más profundo y cuyo funcionamiento es el resultado de entrenar estos hábitos.

Las ventajas que tiene utilizar una comunicación positiva son:

- **Favorece relaciones de amistad:** cuando nos dirigimos a las demás personas en un tono positivo y reforzamos las cosas que nos gustan, el trabajo bien realizado, una acogida amable, una felicitación, un simple saludo con una sonrisa, etc., estaremos favoreciendo el inicio de una relación amistosa.
- **Mejores relaciones personales.** Al hilo de lo anterior, este tipo de comunicación y de actitudes hace que las relaciones personales mejoren y tengamos más ganas de ir al trabajo.
- **Despierta la motivación al trabajar en equipos.** Cuando uno es reconocido, felicitado, apoyado, etc., es más fácil tener motivos para ir a trabajar, hacerlo en equipos donde se premia lo positivo y no se castiga el error, hace que estos equipos sean más productivos.

- **No genera cansancio mental.** Está estudiado que buscar siempre lo negativo o tener conversaciones que solo versan sobre los problemas y ponen el foco en todo lo malo que puede pasar, genera cansancio mental, disminuye los motivos para tener ganas de ir a trabajar y genera malos rollos.
- **Se consiguen acuerdos consensuados.** Cuando comunicamos de manera positiva es más fácil llegar a acuerdos. El clima positivo y de respeto permite tener una mente más abierta y ayuda a alcanzar consensos.
- **Mejora la resolución de problemas.** Por lo mismo que hemos comentado en el punto anterior, el afecto y el respeto hacen que se priorice la resolución de problemas a dejar que se enquisten.
- **Favorece la creatividad.** En los entornos laborales donde se pone el foco en lo positivo, en conseguir realizar la tarea, donde el error no se castiga sino que se busca el aprendizaje del mismo, donde no se juzgan las ideas sino que se valoran y se estudia su utilización, son entornos que favorecen la creatividad, haciéndolos más eficaces y eficientes.
- **Mayor optimismo en los trabajadores.** Este tipo de comunicación, positiva, hace que los trabajadores tengan un mayor optimismo, al no sentirse permanentemente juzgados.
- **Mayor concentración.** Por todo lo dicho anteriormente, la comunicación positiva facilita la concentración de los equipos.
- **No gastamos energía en lo negativo.** Estar siempre pensando en lo negativo es algo que frustra, que hace daño a las personas, algo que facilita la tensión entre los compañeros, en el clima laboral y en los equipos de trabajo, convirtiendo el entorno laboral o asociativo en un sitio al que no querer ir.

La comunicación positiva se puede entrenar para facilitar su uso y extenderlo a todo el entorno laboral y el equipo de trabajo. Algunas de las sugerencias para entrenar este tipo de comunicación son:

- **Pensar antes de hablar.** Parece un mensaje muy manido. No obstante, es muy importante entrenarlo. No estamos acostumbrados a pensar lo que decimos, lo que solemos hacer es hablar de manera automática, creando el argumento en el mismo momento en que estamos hablando. Si nos acostumbramos a pararnos o tres segundos antes de hablar y, por lo menos, tener claro qué línea de pensamiento quiero transmitir a las personas con las que estoy, tendré mucho ganado. Y si, además, esa línea de pensamiento está enfocada a poner en valor lo positivo, mucho mejor.
- **Escucha activa.** Practicar la escucha activa es algo fundamental, hay que escuchar lo que nos dicen con la palabra y también lo que nos dicen con el cuerpo, la actitud, la mirada, etc. Muchas veces se dice más con el cuerpo que con la palabra. Tener una actitud de escucha pasa por poner atención plena en lo que me está diciendo la otra persona. No debemos estar pensando en qué le vamos a contestar, debemos fijarnos en todo lo que nos están diciendo. Alguna sugerencia es conectar visualmente con nuestro interlocutor, repetir alguna de las palabras que nos están diciendo, asentir con la cabeza, hacer pequeños resúmenes de lo que nos han contado para verificar que estamos entendiendo lo que nos están diciendo, hacer *rapport* a la otra persona para favorecer la comunicación, etc.

- Cuida la forma... y el fondo. La comunicación pasa por varias fases. Para no extenderme, diré que tenemos tres tipos de lenguaje: el verbal, el no verbal y el paraverbal.
 - **El verbal** es lo que decimos con las palabras, bien sea de manera oral o escrita.
 - **El no verbal** es todo aquello que hacemos con el cuerpo, el movimiento de las manos, las piernas, los brazos, la cabeza, etc.
 - **El paraverbal** tiene que ver con cómo decimos las cosas, el tono, los silencios, las pausas, el timbre de voz, el volumen, la fluctuación de las frases, etc.

Necesitamos los tres tipos del lenguaje para tener una comunicación más eficaz, y cuanto más coherencia haya entre ellos, mejor para nosotros. Por eso es importante saber qué vamos a decir y cómo lo vamos a decir. Seguro que en multitud de ocasiones habéis oído “las formas le pierden”, “tenía razón, pero la manera de decirlo no fue la adecuada”. A nosotros nos gusta decir que lo importante es lo que se dice y habría que separar la manera de decirlo y quedarnos con el mensaje en sí. Al ser seres sociales, esto es bastante difícil de conseguir. Por eso es bueno entrenar la manera en la que nos expresamos para poder comunicar de una manera positiva y eficaz.

- **Dile cosas positivas a los demás.** Nuestro cerebro está muy acostumbrado a lo negativo, tiene tendencia a darle más importancia y credibilidad a lo negativo. Seguramente tiene que ver con la necesidad de sobrevivir, por eso tenemos que poner mucha atención a lo positivo, reforzarlo. Decir a nuestros compañeros y compañeras cosas que les hagan sentir bien, no cuesta nada y es muy agradecido, es cuestión de ir cogiendo el hábito y hacerlo. Un día puedes empezar con saludar a las personas con una sonrisa, otro día puedes hacer un comentario bonito sobre algo que lleve esa persona, o felicitarle por un resultado laboral, acordarte de las cosas que te han contado, apuntarte el cumpleaños de las personas y felicitarlas o, si sabes que ha ocurrido algo en su familia, interesarte, compartir las alegrías. Las notas del móvil y los distintos campos que se pueden rellenar en los contactos te puede ayudar mucho para esto.
- **Evita las conversaciones de pasillo, los cotilleos y la subjetividad.** Las conversaciones de pasillo, los cotilleos y la falta de objetividad, son malos compañeros de la comunicación positiva. En ocasiones, porque esos cotilleos puede que no estén verificados o que no ayuden de manera positiva a la otra persona, porque nos arriesgamos a comentar algo con lo que la otra persona no se encuentra cómoda, tergiversamos información y generamos climas de desconfianza. Lo mismo ocurre con las conversaciones de pasillo: se trata información sesgada, no se pone la misma atención, puede ser que haya personas del equipo que no se enteren y se pierda calidad laboral, suelen ser atropelladas. Por último, la subjetividad tampoco es muy buena compañera. Muchas veces nos faltan datos para saber por qué la otra persona ha hecho las cosas de esa manera. También nuestras creencias, miedos y forma de pensar pueden hacer que tengamos una lectura de los hechos totalmente diferente a la realidad. Cuanto más sepamos de las cosas, mejor; y cuanto mayor objetividad, también.
- **Abre tu mente y trata a los demás cómo a ti.** No tenemos la certeza de todo ni la razón. Cuanto más abierta tengas la mente, mejor podrás comprender lo

que ocurre y los actos de los demás. También tendrás menos prejuicios. Es importante que te hables como si te cayeras bien, que te trates con afecto y respeto, y lo mismo para las personas con las que te relacionas. Así podrás ser más feliz y crearás climas positivos y de confianza.

COMUNICACIÓN POSITIVA

3.4. Sugerencias para la acogida y captación

Trato personalizado: incluye el nombre del posible socio.

Una buena acogida o captación pasa por hacer sentir a la otra persona importante. Una de las principales sugerencias es la utilización del nombre de la persona en cuestión. El nombre nos identifica, es reconocible para nosotros, nos personaliza y nos hace sentir que la otra persona se ha tomado un tiempo para nosotros, para aprenderlo. También genera un clima de confianza. Conviene preguntarle de qué manera quiere que nos comuniquemos con él, si por el nombre solo, el apellido, de usted, tuteándole... También es bueno verificar el canal por el que nos vamos a comunicar: por teléfono, email, Whatsapp, Telegram, redes sociales, etc. Con esto, lo que estamos consiguiendo es transmitir respeto por la otra persona y hacerla participe en la relación.

Atención amable: mantén una actitud positiva.

Ya hemos comentado los beneficios de la comunicación positiva. Lo mismo ocurre con la actitud positiva: saludar, sonreír, tener un tono de voz amable, el lenguaje corporal acogedor, mostrarse seguro, mirar con amabilidad, preguntar por las necesidades que

tiene la persona, saber si se siente cómodo o cómoda, nos ayudan mucho a crear una predisposición positiva.

Transmitir presencia: utiliza el lenguaje no verbal.

Hemos comentado a lo largo de este escrito que los tres lenguajes son muy importantes y que sería bueno tener un entrenamiento que nos permitiera poder utilizarlos y sacar de ellos todo el partido. En este caso, diremos que es necesario hacer un buen uso del lenguaje no verbal. Mantener una posición de seguridad y confianza siempre ayuda, no tener posturas cerradas, sugerimos no cruzar los brazos en las conversaciones. Así mismo, si las palmas de la mano están hacia la otra persona, mejor. Cuidar las distancias, ya sabemos que la distancia profesional suele ser la que nos separa dos metros de la persona con la que estamos hablando; distancia de un metro es una distancia que se usa cuando ya hay una confianza con la otra persona y distancias menores de 50 centímetros son de intimidad. Que tu cuerpo esté de frente a la persona que te habla o escucha es una buena sugerencia, así como mantener contacto visual, salvo en culturas muy específicas, que no les gusta.

Escucha activa: pon atención a la situación del posible socio.

Existe una técnica que se conoce como **HEARD**. Esta técnica incluye 5 aspectos que dan nombre a las 5 siglas, en inglés: *hear (escucha)*, *empathize (empatiza)*, *apologize (discúlpate)*, *resolve (resuelve)*, *diagnose (diagnostica)*:

- **Escucha** por completo todos los detalles de la persona. Cuanta más información tengas, mejor. Además, permitir que las personas se expliquen hace que tengas una mejor relación.
- **Empatiza** con el problema o situación de la persona. Lo que para ti no es importante o crees que no es para tanto puede ser un drama para la otra persona. Por ello intenta comprender y darle la importancia que le esté dando la otra persona.
- **Ofrece disculpas** cuando sea el caso, reconocer que no hemos acertado, nos da mucha autoridad frente a la otra persona, ya que entiende que somos responsables con lo que hacemos.
- **Resuelve el problema**, la objeción o las dudas que tenga la persona con la que estés hablando. Es importante que tengamos esa capacidad para hacer sentir a la otra persona más segura y cómoda.
- **Diagnostica**: tan importante como resolver un problema es tener la capacidad de saber el origen del mismo o por qué se ha producido.

Ofrece más de lo que esperen: ofrece una recompensa.

Cuando somos capaces de dar más de lo que las otras personas esperan tenemos mucho ganado. Fíjate en sus valores, en lo que te dicen y en lo que no y ofrece algo que no se esperen. Si vas a tu entidad y te comentan algo que tú puedas conseguir, ofrécelo. Esto hará que aumenten las posibilidades de que colaboren contigo.

Comunica: las características informan, las emociones venden.

Es importante que intentes que la persona que venga a tu entidad pueda entender qué es lo que realmente os mueve. No te quedes en las características de lo que hacéis. Eso solo informa y es muy probable que la persona ya lo conozca, háblale de emociones, de cuestiones más inspiradoras y/o aspiracionales, que le ayuden a querer conseguir eso. Que entienda que formando parte de tu entidad va a ser mejor persona, ya que le estarás hablando a su cerebro límbico. Tu web y redes sociales tienen que mostrar todo lo que te hace especial a ti o a tu producto o servicio. Hay que mostrar lo atractivo que es formar parte de tu entidad.

El síndrome del consultor: Expílicate.

Esta es una nomenclatura que hemos elegido porque es algo que hemos visto en muchas ocasiones, a lo largo de nuestra experiencia profesional. Muchos consultores tienen la tendencia a explicarse de manera que no es muy sencillo entenderles. Suelen utilizar términos muy técnicos, palabras anglosajonas y un tono distante. Estamos seguros de que no lo hacen intencionadamente, es más una respuesta al miedo a no parecer profesionales. Están más preocupados por *demostrar* que son profesionales que en *mostrar* su profesionalidad y conocimientos. Por eso os sugerimos que utilizéis el léxico más acorde a la persona que tengáis delante. Hay que explicar las cosas como si se lo estuvieras contando a un niño de 10 años. No se trata de infantilizar, sino de pensar que es posible que la otra persona no tenga nuestros conocimientos. “Tú no debes aprender como yo te enseño, yo te tengo que enseñar como tú aprendes”.

Pregunta: obtendrás respuestas.

Emplea diversos tipos de preguntas para obtener información precisa y útil. Cuando uno pregunta, puede obtener las respuestas que busca y saber qué es lo que necesita la persona que tiene enfrente.

Los tipos de preguntas son:

- **Preguntas cerradas:** Son aquellas que se responden con un “sí” o un “no”, también las que se pueden responder levantando una mano. No tienen opción de desarrollo.
- **Preguntas abiertas:** son aquellas que permiten exponer o explicar un asunto y obtener mayor claridad y entendimiento entre los participantes de una conversación.
- **Preguntas orientadas:** son las preguntas que vamos utilizando para guiar al cliente hacia la conversación que más nos interese.
- **Preguntas de clarificación:** son aquellas que utilizamos para que, bien nosotros o bien la otra persona, pueda obtener todos los datos que hagan que no existan dudas con respecto a lo que estamos tratando.
- **Preguntas de aprobación:** las utilizamos para verificar los pasos que estamos siguiendo en la conversación o si tenemos que orientarla de otra manera.

Averigua dónde habla tu posible asociado: crea un sistema omnicanal

Ya hemos comentado antes que las distintas generaciones utilizan distintos canales para relacionarse socialmente. Los hay que son de cara a cara o de llamadas telefónicas, la generación del “*Baby Boom*” sobre todo. La generación “X”, además de lo anterior, incluye los emails y *Facebook*. En cambio, las generaciones “*Millenials*” o “Y” y “*Centenials*” o “Z” prefieren mandar notas de voz por *WhatsApp* o *Telegram*, además de relacionarse por privado en redes sociales tipo *Instagram*, *Snapchat*, o buscar información en *Tik Tok*. Por este motivo, es importante que sepas dónde están tu posibles asociados y les hables en el lenguaje de esas redes sociales o aplicaciones. En algunas será a través del vídeo, en otras a través de audios. Utiliza los emojis, las nuevas palabras que usan en su comunicación y que suelen venir de términos americanos, ingleses o latinos.

Retroalimentación: escucha a la gente.

Es muy necesario saber qué opina la gente de tu entidad o de tu producto o servicio, para que puedas saber si estás haciendo las cosas en la dirección que tú quieres o si, por el contrario, te estás desviando de tu visión, misión, valores y demás. “Lo que no se evalúa, se devalúa”. Por eso tienes que estar en contacto con tus asociados y con las personas que podrían serlo. Idea la manera, la fórmula, el cómo, para que te puedan responder y saber si tienes que cambiar algo, modificarlo, incluirlo, potenciarlo, desterrarlo, etc.