

## **Las OSC debemos de aspirar a ser líderes facilitadores, empoderando a la comunidad**

Los panelistas hablaron de los puntos clave en la relación con sus públicos objetivos y algunos cambios que se vislumbran ahora que el trabajo a distancia obliga a todos los sectores a cambiar el modo en el que se comunican con ellos.

Las organizaciones mencionaron que una buena segmentación y el trato diferenciado es el inicio de fructíferas relaciones a largo plazo. Adicionalmente, la transparencia, la rendición de cuentas y la buena comunicación de la labor que se realiza no es una tarea que deba hacerse únicamente con los donantes, sino con todos los públicos relacionados, incluyendo los mismos beneficiarios.

En la segmentación de públicos hay que definir muy claramente lo que se busca hacer, con qué recursos se cuentan para poder hacerlo y con quiénes tendrían que aliarse para poder lograrlo o bien para tener un mayor alcance.

Nunca hay que olvidar que las alianzas hay que construirlas con el principio de ganar ganar, así que se debe ser muy claro en el ejercicio de identificar qué es lo que queremos de los aliados potenciales, discernir qué es lo que buscan los públicos de nosotros, al tiempo de reconocer el valor que uno mismo añade a los grupos de interés.

En la búsqueda de cómo sumar esfuerzos hay que recordar que todos perseguimos objetivos, así que también hay que colaborar para que otras instancias logren los suyos. Asimismo, hay que mapear los intereses de diversos actores sociales y buscar alianzas estratégicas con aquellos cuyos objetivos sean comunes o similares a los propios. En muchas ocasiones, los mejores aliados no son tan evidentes.

Sobre las nuevas formas de relacionamiento a consecuencia de la pandemia, se dijo que los ciudadanos y las organizaciones civiles estamos llamadas a desarrollar un nuevo talento: aprender a reconocer el rol o los roles nuevos que hay que desempeñar ante las nuevas y exacerbadas problemáticas que se vislumbran.

Los liderazgos sociales están cambiando. Las organizaciones líderes no serán las que tengan la voz más fuerte del coro, sino las que logren sumar más y mejores voces, las que generen un sentido de pertenencia que lleve a las personas a comprometerse con la causa a largo plazo, las que logren empoderar a sus donantes y a los propios beneficiarios, para que sean ellos los nuevos promotores de la causa. Las OSC debemos de aspirar a ser líderes facilitadores, empoderar a la comunidad para que sea quien tome la acción, se dijo.

Al cierre de la sesión los panelistas coincidieron en que el mundo ya cambió y quienes no se adapten a la nueva realidad, fracasarán. En esta nueva realidad, las OSC deben rediseñar una propuesta de valor, emprender negocios sostenibles y no seguir pretendiendo vivir de donativos, porque esto es una tendencia a la baja.

