



Este módulo es el cuarto de cinco módulos (o talleres) consecutivos del *Plan de Estudios de Transición de Tierras a una Nueva Generación*, diseñado para ayudar a los participantes a adquirir los conocimientos básicos necesarios para participar en un proceso de transferencia de una explotación agrícola, ganadera o de tierras.

Este módulo prepara a los participantes para comunicar sus valores, sus visiones y sus objetivos para la situación de transferencia de su explotación a una audiencia específica. Los participantes utilizarán una comunicación verbal y no verbal eficaz para contar su historia.

Los objetivos del aprendizaje incluyen:

1. Aprender a utilizar sus valores, sus visiones y sus objetivos para contar una historia.
2. Discutir sobre la comunicación eficaz para las diferentes audiencias.
3. Identificar a quién le van a contar su historia y por qué.
4. Describir cómo y dónde compartirán su historia.
5. Adaptar su historia a diferentes audiencias.



Este plan de estudios fue creado por American Farmland Trust con mucha ayuda de un equipo educativo nacional de asesores y un grupo de expertos en la materia.

Ha sido posible gracias a una subvención del Premio del Programa de Desarrollo de Agricultores y Ganaderos Principiantes del USDA #2020 - 49400 - 3325 con el apoyo adicional de Farm Credit y los miembros de la AFT (*Advanced Food Technology*).

10 Pasos Clave en la Transferencia de Una Explotación Agrícola o Ganadera



El proceso de transferencia de una explotación agrícola o ganadera consta de una serie de pasos. Lo dividimos en 10 pasos. Es probable que siga la mayoría de ellos, si no todos, pero no es un proceso lineal, por lo que, si bien tiene sentido seguir cierto orden, es probable que descubra que avanza y retrocede varias veces antes de terminar.

Hoy examinará Cómo Contar Su Historia:

Aprender	Discutir	Identificar	Describir	Adaptar
Aprender a utilizar sus valores, su visión y sus objetivos para contar una historia.	Discutir sobre la comunicación eficaz para las diferentes audiencias.	Identificar a quién le va a contar su historia y por qué.	Describir cómo y dónde compartirá su historia.	Adaptar su historia a las diferentes audiencias.



Hoy vamos a hablar de estrategias que apoyan las habilidades de comunicación eficaz para prepararle a usted para presentar su visión, sus valores y sus objetivos a diferentes audiencias.

Usted descubrirá formas de crear y contar su historia única.

Nosotros:

Examinaremos formas de utilizar sus valores, su visión y sus objetivos para contar una historia. Queremos apoyar sus objetivos y ayudar a crear conversaciones y relaciones constructivas para que la transferencia de su explotación agrícola o ganadera siga adelante.

Identificaremos a quiénes se está dirigiendo y por qué. Con qué relaciones clave está compartiendo su historia y por qué está llevando a cabo esta conversación.

Esbozaremos cómo y dónde compartirá su historia. Cómo y dónde mantener conversaciones puede contribuir sobre cómo contará su historia. Pensaremos en distintos escenarios para ayudarle a planificar.

Practicaremos habilidades de comunicación eficaces en función de con quién esté hablando.

¿Cómo transmitirá sus valores, sus visiones y sus objetivos de forma convincente a la persona o personas con las que se reúna?

Adaptaremos sus declaraciones de valores, visión y objetivos a las distintas audiencias. Cada persona responde de forma diferente, por lo que deberá ser capaz de adaptar su historia en función de a quién se dirija.

Su Historia es Importante

Contar una historia convincente es un paso importante para transferir o acceder a las tierras.



Su historia es importante. Y para alcanzar sus objetivos, usted tendrá que compartir con los demás quién es, qué desea y qué necesita, de un modo que les resulte convincente.

Para algunos, compartir su historia puede ser estimulante y emocionante; para otros, puede ser desalentador y angustiante. En todo caso, se necesita tiempo, una preparación cuidadosa y práctica a fin de presentar su visión, sus valores y sus objetivos de manera que le ayuden a alcanzar sus metas de transferencia de la explotación agrícola.

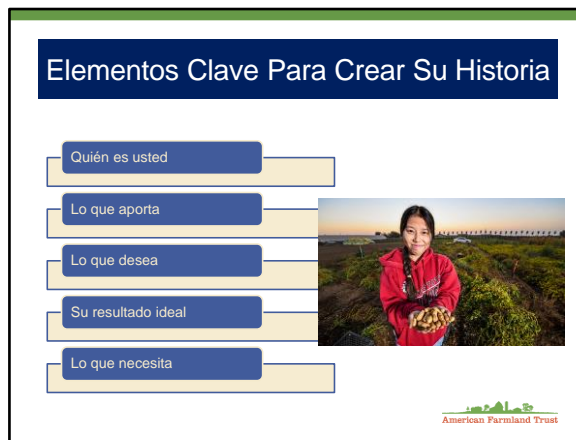
Hoy veremos cómo crear una historia a partir de sus valores, su visión y sus objetivos, y cómo adaptarla en función de a quién usted se dirija. Practicaremos escribir y contar su historia a los compañeros del taller.

Parte 1: Crear Su Historia

“Sueño con un mundo guiado por una lente de historias enraizadas en las revelaciones de la ciencia y enmarcadas con una cosmovisión indígena: historias en las que se dé voz tanto a la materia como al espíritu”.

— Robin Wall Kimmerer, *Trenzar la Hierba Dulce*





"Una historia comunica miedo, esperanza y ansiedad; y ya que podemos sentirla, recibimos la moraleja, no sólo como un concepto, sino como una enseñanza de nuestros corazones. Ése es el poder de la historia". Marshall Ganz

¿Por qué es importante contar su historia? ¿Cómo se relaciona esto con los objetivos de sus explotaciones agrícolas/ganaderas?
(Ofrezca la opción de debate en grupo aquí).

El proceso de narración de historias puede conducir a una claridad y una sincronización notables. Cuando dos o más partes se reúnen para trabajar en la transferencia de una explotación agrícola o ganadera, es importante que puedan encontrar puntos en común, crear empatía y comprender la visión, los valores, los objetivos, los deseos y las necesidades de la otra parte.

Si no está acostumbrado(a) a promocionarse, le tomará algo de práctica.
El primer paso es reunir los elementos centrales de su historia:

Quién es usted: No sólo su nombre y lo que hace, sino cuáles son sus valores y de dónde viene. (Consulte la *Hoja Informativa Sobre Valores* y la *Hoja de Trabajo Sobre Visión, Valores y Objetivos* del Módulo 1)

Qué aporta: ¿Qué aporta usted a la historia? ¿Cuáles son sus activos? Los activos no son necesariamente financieros. Considere sus habilidades y contactos como un activo que aporta. Consulte el *Inventario de Activos* en el Módulo 1)

Lo que desea: ¿Cuáles son sus objetivos? (Consulte la *Hoja de Trabajo de Objetivos SMART* del Módulo 1)

¿Cuál sería su resultado ideal?: ¿Cuál es su visión de su explotación agrícola o ganadera?

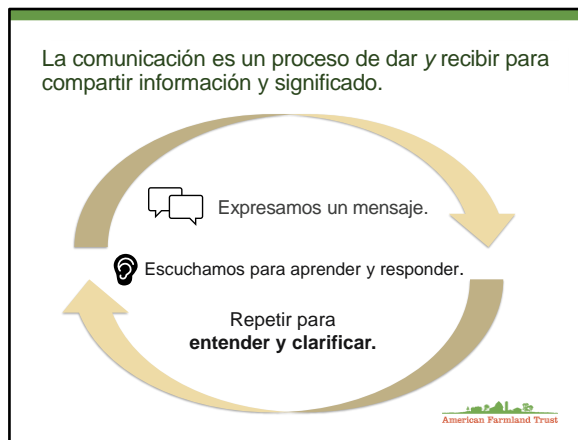
Lo que necesita: La necesidad puede depender de a quién se presente usted. Al final querrá pensar en lo que necesita de alguien a quien se dirija directamente. (Consulte la *Hoja de Trabajo de Evaluación de Necesidades* en el Módulo 1). También puede expresar algunos de los retos a los que se enfrenta para conseguir lo que desea, dependiendo de la audiencia.

La autenticidad es importante; usted tiene estas herramientas para orientarse: Sea usted mismo(a) y haga suya su historia.

Parte 2: Practicar habilidades de comunicación eficaces para contar su historia.



La comunicación eficaz varía en función de a quién se dirija. Diferentes personas, situaciones y culturas presentan diversos factores que determinarán la forma más eficaz de comunicarse. Revisaremos algunos aspectos básicos de la comunicación y reflexionaremos sobre los distintos escenarios en los que usted podría encontrarse durante un proceso de transferencia. Luego trabajaremos para pensar en cómo usted puede refinar su historia en función de a quién usted se dirija.



¿Qué es la comunicación y por qué hablamos de este tema?

La comunicación es el proceso de intercambio de información. Involucra a la persona que se expresa, al mensaje o la información que desea compartir y a las personas que escuchan y reciben su mensaje.

El acto de compartir información es expresar, el acto de recibir la información es escuchar. El mensaje es la información y el significado de lo que se dice. En una conversación sana, cada persona desempeña ambos papeles.

Esto puede parecer sencillo, pero en realidad es bastante complejo porque la comunicación se ve afectada por muchas cosas: Los sentimientos, la cultura, el poder, las preferencias generacionales, así como los canales a través de los cuales se comparte el mensaje, por ejemplo, en la palabra hablada, en los gestos utilizados, por correo electrónico o a través de un mensaje, e incluso en la mesa de la cocina.

Las habilidades de comunicación eficaces tardan tiempo en desarrollarse. Perfeccionar las habilidades que aprendan hoy requerirá práctica durante el resto de sus vidas. Y aunque algunas conversaciones son difíciles, todo el mundo puede mejorar su forma de comunicarse para mejorar la comprensión y lograr resultados positivos.

¿Qué es la Comunicación Verbal?  

El uso de palabras, escritas o habladas

- Conversaciones informales
- Conversaciones formales
- Redacción formal (plan de negocios)
- Redacción informal (redes sociales, cartas de agradecimiento)


American Farmland Trust

Nos expresamos de dos formas principales: A través de la comunicación verbal y de la comunicación no verbal.

La primera, la comunicación verbal, es el uso de las palabras para expresar mensajes y significados. La comunicación verbal incluye la palabra hablada y la escrita. En el contexto de este taller, la comunicación verbal sería compartir su historia con una audiencia. Hoy ya practicamos tanto la redacción como la expresión oral. En una transferencia de explotación agrícola o ganadera, es probable que practique todas estas formas de comunicación verbal.

Adaptamos la comunicación tanto a situaciones formales como informales. Por ejemplo, utilizamos la comunicación verbal formalmente en reuniones, como al hablar con un prestamista, un funcionario electo o un periodista; e informalmente, en conversaciones personales con nuestros familiares y amigos.

La utilizamos formalmente cuando escribimos cartas, planes y acuerdos comerciales. Y la utilizamos de manera informal, incluso de manera casual, en mensajes de texto y en mensajes a través de las redes sociales.

Saber cuándo utilizar los distintos tipos de comunicación dependerá de a quién nos dirigimos; más adelante hablaremos acerca de esto .



Ya sea por escrito o de forma oral, la comunicación verbal para avanzar en los transferencias de una explotación agrícola o ganadera puede adoptar muchas formas y ambas requieren tiempo de preparación.

Desde los planes de negocio hasta los correos electrónicos y las redes sociales, *la expresión escrita* le da la oportunidad de detenerse a pensar y editar lo que desea decir, así como de procesar lo que recibe.

Aunque la comunicación verbal suele producirse en más "tiempo real", las mismas habilidades pueden aplicarse para abordar una conversación si se está preparado para presentar, escuchar y procesar.

Piense en su audiencia y elija el canal ideal: Es importante pensar en su audiencia. ¿Cuál es el medio de comunicación preferido de su audiencia? ¿Es adecuado para el mensaje que desea transmitirles? La forma de escribir un texto o de hablar casualmente es muy distinta de la de una carta y aún más de la de un comunicado de prensa, una presentación formal o un plan de negocio agrícola o ganadero. ¿El mensaje es sencillo o se trata de una conversación difícil?

¿Qué son los canales? Son diferentes formas de comunicarnos: mensajes de texto, correo electrónico, cartas, redes sociales, llamadas telefónicas, conversaciones en la mesa de la cocina. Es especialmente importante que elija el canal ideal para quien se dirige y sobre lo que habla. El canal que elija debe reflejar a quién escribe o con quién habla, por qué y qué comunica. Puede que algunas conversaciones sólo necesiten iniciarse con un escrito, pero en realidad son una petición de algo en persona.

Sepa lo que desea decir: Planifique lo que desea decir antes de empezar a redactar o verbalizar sus valores, su visión y sus objetivos. Para una redacción más formal, es buena idea empezar con un esquema que incluya frases temáticas para los puntos principales que quiera exponer. Tanto si se trata de una sesión individual como de una presentación más formal, empiece con una lista con la información clave que debe transmitir.


Utilice un lenguaje sencillo y claro: Utilice un lenguaje sencillo y concreto, y evite usar la jerga. Siempre que sea posible, utilice palabras cortas y conocidas. Simplificar el lenguaje y ser claro le ayudará a contar una historia convincente. Siempre que pueda, intente utilizar un lenguaje activo. El lenguaje activo le sitúa a usted (el sujeto) delante de la acción (el verbo). Por ejemplo: el lenguaje pasivo diría: "El maíz fue cosechado por mí". El lenguaje activo diría: "Yo coseché el maíz" o "Yo estoy cosechando el maíz".

Corrija o practique y edite: La buena redacción es el resultado de una buena edición y revisión. Por muy hábil que usted sea, edite y revise su trabajo para obtener un lenguaje sencillo, usar verbos activos, tener legibilidad y detectar errores. Compruebe si hay errores ortográficos o gramaticales y no confíe en el corrector ortográfico. Vuelva a leer lo que escribió para asegurarse, antes de enviarlo o compartirlo, de que transmite con claridad y eficacia lo que pretende decir. Con la redacción tiene la oportunidad de asegurarse de que lo que escribe sea fácil de leer. Una vez más, esto depende del canal: La forma de dar formato a un escrito para una página web es diferente a la de un correo electrónico, un informe o un plan. Pero, en general, deje espacios en blanco, elija tipos de letra sencillos y lo bastante grandes para que sean fáciles de leer.

Si va a compartir la información verbalmente, ¡practique, practique y practique! Siga sus temas de conversación y preste atención a cómo cuenta usted su historia. ¿Hay ciertas palabras o frases que le hacen tropezar? Modifíquelas. Si tiene que mantener una conversación más formal, lleve la cuenta del tiempo y revise sus puntos de conversación si le está tomando muy poco tiempo o demasiado tiempo.


Acuérdese: Siempre puede optar por compartir o eliminar. El tiempo utilizado es importante al compartir las ideas por escrito. También es posible que usted simplemente quiera escribir para procesar una experiencia difícil. Siempre puede escribir para desahogarse y luego no enviar nada. Puede hacerlo para recordar sus sentimientos más tarde o borrar lo que escribió. Recuerde que las palabras escritas pueden ser perjudiciales si se envían cuando alguien está disgustado. Expresar las frustraciones por escrito puede ser el punto de partida para editarlas una vez que las

emociones se hayan calmado. Redactar puede ser un eficaz aliviador del estrés y permitirle a usted decir cosas que quizá necesite más tiempo para procesar. Si decide enviar lo que escribió, haga una pausa, piense, elija bien el canal y el momento adecuados, utilice un lenguaje sencillo y edítelo. Este proceso también puede ser útil antes de una conversación difícil.

¿Qué es la Comunicación No Verbal? 

El uso del lenguaje corporal

- 10 Contacto visual y expresiones faciales.
- 10 Saludos.
- 10 Cómo entramos en un espacio.


American Farmland Trust

La segunda forma de comunicarnos es a través de la comunicación no verbal. Esto es lo que no se dice en una situación y a veces puede ser más indicativo de cómo va una conversación. Es importante tanto lo que expresa como lo que recibe de los demás. Tomar conciencia de su propio lenguaje corporal le ayudará a ser un comunicador más eficaz y aprender a leer el lenguaje corporal de los demás le ayudará a responder con eficacia.

Es importante recordar que la Comunicación No Verbal es muy diferente según la cultura y el sexo. Ninguna es correcta o incorrecta, pero pueden malinterpretarse fácilmente, sobre todo cuando las personas proceden de lugares muy diferentes.

Probablemente todos los agricultores y ganaderos sean expertos en comunicación no verbal, ya sea intencionada o no. Piense en el ritmo y las actividades de la agricultura. A menudo son silenciosos. La gente suele trabajar codo a codo o con los animales sin hablar mucho. En las explotaciones agrícolas y ganaderas se aprende mucho mirando y observando sin usar palabras.



¿Qué papel desempeña el lenguaje corporal o la comunicación no verbal? Estas son algunas ideas que debe tener en cuenta cuando se prepare para compartir su historia.

Conozca a su audiencia. Los matices del lenguaje corporal afectan de distinta manera a las personas, culturas y generaciones diferentes. Lo que usted sabe de los demás y lo que ellos saben de usted influye en cómo los demás interpretan su lenguaje corporal y cómo usted interpreta el de ellos. En una transferencia de explotación agrícola o ganadera puede que necesite hablar con un contador. Puede que necesite hablar con la familia o con un fondo de tierras. Preste atención a quiénes son y cómo le responden desde el primer saludo. Si no sabe lo que les tranquiliza, haga de espejo/imítelos.

Preste atención al lenguaje corporal. Para observar su propio lenguaje corporal, piense en lo que usted está diciendo a través del movimiento. Esto puede ser inconsciente. ¿Suele asentir o mover la cabeza para indicar que está escuchando? ¿Gesticula con las manos mientras habla? ¿Cómo entra a un sitio? ¿Se inclina hacia adelante o tiende a inclinarse hacia atrás en una conversación? Puede observar a los demás para hacerse una idea de cómo se sienten en la situación. ¿Qué le dice el movimiento corporal de la otra persona? ¿La persona se inclina hacia usted o se aleja de usted cuando habla? ¿Se sienta erguida o se encorva?

Elija cuándo establecer contacto visual. El contacto visual es delicado porque significa cosas distintas en cada cultura y puede verse afectado por la edad y el sexo. También significa cosas distintas en conversaciones diferentes. En general, es un signo de confianza, honradez y respeto. Por ejemplo, mantener el contacto visual en una conversación con un banquero, será visto positivamente. Si en una conversación hay más conflicto o emociones cargadas, un contacto visual excesivo puede considerarse amenazador o incomodar a la gente. Las investigaciones han demostrado que el contacto visual crea vínculos y empatía entre las personas al activar el sistema límbico de espejos de nuestro cerebro. Es bueno saber cuándo usarlo y cuándo mirar hacia otro lado. Establecer contacto visual no siempre es fácil. Puede resultar incómodo, sobre todo si usted no conoce bien a la otra persona. Si le incomoda, practique con alguien que conozca.

Tomar conciencia de las expresiones faciales. A menudo se piensa que las expresiones faciales son universalmente comprensibles. Aunque eso no sea del todo cierto, la mayoría de las culturas comparten algunas expresiones faciales básicas, como la sorpresa y la felicidad, la ira y el miedo. Los bebés aprenden a leer las caras antes que el lenguaje hablado, por lo que entenderlas está muy arraigado en nosotros. A menudo nuestros rostros pueden expresar lo que nuestras palabras no pueden. Observar las expresiones faciales de los demás le ayudará a entender cómo se sienten. Al mismo tiempo, esté consciente de lo que su propio rostro puede estar expresando.

¿Cómo sabemos que la persona está captando lo que queremos que nos capte? ¿A través de su lenguaje corporal?

A través de sus preguntas/respuestas.

¿Cómo sabemos cuándo una persona está abierta y es receptiva a nuestras ideas?

DÉ EJEMPLOS DE participación y de falta de participación.



Escuchar es la parte más poderosa de la comunicación.

Tenemos 2 orejas y 1 boca. 😊

Escuchar es el acto de recibir información y una de las habilidades más importantes que se pueden tener. Nos da información y nos ayuda a entender lo que es importante para la otra persona. También le ayuda a prepararse para compartir su historia, entablar negociaciones y puede contribuir a evitar conflictos y malentendidos.

Escuchar bien implica tres cosas:

Estar presente: Prestar atención a lo que la otra persona desea decir requiere concentración y ser intencionales. Para estar presente, acalle sus propios pensamientos. No empiece a preparar una respuesta hasta que la otra persona haya terminado de hablar. Mientras escucha sus palabras, fíjese también en el ritmo y los tonos que emplea y en su lenguaje corporal. Puede indicarle a la persona que la está escuchando mirándola, asintiendo con la cabeza, manteniendo un lenguaje corporal abierto.

Escuchar o prestar atención para comprender el significado: También es importante escuchar lo que hay detrás de las palabras, lo que la persona realmente desea decir. Preste atención a lo que la persona valora, lo que necesita y cómo se siente. En una situación de transferencia de una explotación agrícola o ganadera, prestar atención al significado puede requerir muchas conversaciones y tomar varios años.

Reflejar lo que oye: Por último, refleje y clarifique lo que oye. Puede resumir lo que oyó, diciendo cosas como "parece que lo que dices es...", "lo que te oigo decir es..." o "me gusta tu idea de...". Pídale a la persona que le clarifique cualquier cosa que no haya entendido bien. El truco es no añadir su propia experiencia ni su propio juicio sobre la situación de la persona, sino escuchar su experiencia.

¿Quién define la comunicación eficaz?

- ¿De qué manera recibe mejor usted la información?
- ¿Cómo le comunica alguien algo de forma eficaz a usted?
- ¿Cómo se comunica mejor usted con los demás?

Hágase las mismas preguntas sobre cómo se comunican sus audiencias.

American Farmland Trust

Parte 3: Identificar a quién le contará su historia y por qué

¿CÓMO Y DÓNDE COMPARTIRÁ SU HISTORIA?



¿QUIÉN necesita entender su visión y sus objetivos, y POR QUÉ?



¿Cuáles de sus personas clave?

- Propietarios
- Agricultor(a) o ganadero(a) entrante
- Prestamistas
- Socios comerciales
- Familia
- Amigos
- Líderes comunitarios



¿Quiénes que formen parte de su equipo?

- Prestamistas
- Abogados
- Mediadores
- Consultores
- Asesores financieros

Sus relaciones clave son las personas que tienen un mayor interés (o cuota de inversión) en la transferencia de su explotación agrícola o ganadera. Entre ellos podrían figurar el(la) propietario(a) o propietarios de los bienes objeto de la transferencia, el(la) productor(a) o productores entrantes que los adquirirán y otras personas afectadas por la situación: Familiares, empleados, proveedores e incluso vecinos o miembros de la comunidad.

Los miembros de su equipo son las personas que pueden asesorarle y ayudarle a alcanzar sus objetivos, como un(a) contador(a) o un(a) abogado(a). Es posible que haya empezado a utilizar la *Hoja de Trabajo de Formar Su Equipo* del Módulo 2.

Es importante comprender con quién se dispone a compartir su historia y por qué es una audiencia clave con la que hay que comunicarse. A quien usted se vaya a dirigir determinará cómo y qué debe preparar. Puede que tenga que presentar su visión a un(a) prestamista o a una organización propietaria de tierras. O puede que necesite hablar de su visión y sus objetivos con su familia o con algún(a) propietario(a) de la comunidad. Si es usted propietario(a) de tierras, puede que necesite compartir su visión con una organización, un(a) prestamista o con un(a) productor(a) entrante que podría o no estar relacionado(a) con usted.

¿QUÉ necesita saber sobre su(s) audiencia(s)?

- ¿Qué saben de usted y de su visión?
- ¿Qué desean o necesitan?
- ¿Cuáles son sus puntos de vista generacionales y culturales?



La forma de adaptar sus visiones, valores y objetivos depende de su audiencia.

¿Qué necesita saber sobre su audiencia?

¿Qué desean o necesitan?

¿Cuáles son sus puntos de vista generacionales y culturales?

¿DÓNDE, CUÁNDO y CÓMO puede usted llegar a su(s) audiencia(s)?

- ¿Dónde se reunirán?
- Determine qué cronograma necesita.
- Distintos canales de comunicación requieren preparación diferente.

American Farmland Trust

Una vez que haya delimitado a su audiencia y lo que sabe de sus conocimientos e intereses, tendrá que determinar dónde, cuándo y cómo piensa comunicarse con ellos.

A medida que vaya perfeccionando la forma de llegarle eficazmente a su audiencia, tenga en cuenta los plazos concretos que debe cumplir. Por ejemplo, si espera haber completado una transición para el inicio de la siguiente temporada de cultivo, puede tener una necesidad diferente en agosto que en febrero.

En función de las preferencias de la audiencia, y para asegurarse de que avanza hacia sus objetivos en el plazo necesario, puede que tenga que prepararse para utilizar distintos tipos de canales de comunicación, tales como páginas web, planes de negocio, cartas formales, llamadas telefónicas o reuniones en persona.

Trabajaremos más sobre esto en el próximo taller.

Parte 4: Adapte Su Historia a las Diferentes Audiencias

CONTAR UNA HISTORIA CONVINCENTE



Ahora que clarificó quién necesita entender sus valores, sus visiones y sus objetivos, junto con las consideraciones sobre cómo prepararse, es el momento de considerar y practicar cómo adaptar y refinar su historia en función de la(s) audiencia(s) específica(s) a la(s) que intenta llegar.



En la *Hoja de Trabajo Prepararse Para Contar Su Historia* usted reflexionó sobre: ¿Cuáles son sus audiencias? ¿Quién necesita oír su historia? Y ¿qué sabe de ellos?

Ya sea que se dirija a una entidad bancaria, un miembro de la comunidad o un familiar es importante poder compartir sus valores, visiones, objetivos y su historia de una manera que resuene con su audiencia, manteniéndose fiel a quién es usted.

Dependiendo de su audiencia y del tipo de presentación que haga, puede disponer de un minuto o menos o tener tiempo de sobra para presentar el cuadro completo. Los elementos de la historia en los que se centre o la forma de transmitirla pueden cambiar en función de la audiencia a la que se dirige, pero también de las acciones que usted desea que lleven a cabo.

Adaptar la forma de contar su historia no cambia sus valores, visiones y objetivos para una audiencia, sino que **centra** su atención en los elementos más importantes para el papel que desempeñarán en el proceso de transferencia de su explotación agrícola o ganadera.

Dependiendo de con quién esté hablando, también puede llevar un plan de negocios o una imagen para centrar su atención, especialmente si una acción depende del tiempo. Esto puede ayudar a dar vida a su visión y contar su historia de forma convincente. (Recuerde la actividad con imágenes que utilizamos al principio de este taller).

Cuando piense en adaptar su historia, piense en qué puede **inspirar** a esa persona o personas concretas para que le presten el apoyo que le gustaría recibir de ellas.

Inspire a su audiencia con una comunicación convincente

Entienda a su audiencia y lo que usted desea que hagan.

Expresa claramente sus valores, su visión y sus objetivos.

- Comprométase desde el principio con autenticidad.
- Sea usted mismo(a) y comparta su pasión.
- Sea abierto(a) y honesto(a) sobre su visión y su misión.
- Mantenga las cosas sencillas.

Preste atención a las respuestas verbales y no verbales.

 American Farmland Trust

Para inspirar a su audiencia a pasar a la acción, deberá poner en práctica las habilidades de comunicación eficaz de las que hablamos antes.

- Buenas aptitudes verbales: Elegir el canal ideal, utilizar un lenguaje sencillo, saber lo que desea decir y corregir o practicar.
- Y buenas habilidades no verbales: Conocer a la audiencia, estar consciente del lenguaje corporal, las expresiones faciales y el contacto visual.

Esos conocimientos básicos le ayudarán. Pero para inspirar a pasar a la acción también debe ser convincente para su audiencia específica. Para alcanzar sus objetivos, adaptará su historia y la presentará de forma que no sólo aporte, sino que también inspire.

En la transferencia de tierras, usted desea comunicar para convencer a su audiencia de que apoye sus objetivos y emprenda acciones en consonancia con sus valores y su visión.

ENTENDER: Como aprendimos antes, hay que empezar por entender: ¿Quién es su audiencia y por qué usted se le dirige? ¿Qué desea usted de ellos? ¿Qué es lo que ellos desean? ¿Cómo satisfarán las ideas de usted las necesidades de ellos?

EXPRESAR: Ser nosotros mismos es fundamental. Ésta puede ser una de las partes más difíciles, dependiendo de su comodidad y de la dinámica de la situación. Es útil empezar con una historia personal que ilustre lo que usted desea que su audiencia capte de la conversación. Cuanta más pasión muestre, más posibilidades tendrá de captar su atención. También puede ser beneficioso el uso de imágenes visuales, ya que despiertan la empatía de un modo que las palabras o los datos y las cifras no consiguen. Cuando presente sus ideas, recuerde que debemos ser sinceros y positivos. El entusiasmo y la claridad le harán bien. Sea como sea que adapte su historia, usted debe expresar sus ideas de forma clara y sencilla. La sencillez ayudará a su audiencia a entenderle a usted y lo que usted desea que ellos hagan. Por tanto, mantenga las cosas sencillas y explíquelas con claridad.

PRESTAR ATENCIÓN: La comunicación depende en gran medida de lo que se oye. Escuche para que su comunicación sea receptiva. Preste atención a lo que dicen, tanto sus palabras como su lenguaje corporal.

La comunicación no es una vía de un solo sentido, es un diálogo. Aunque es importante preparar lo que se desea decir, también lo es prestar atención a la audiencia y estar preparados para recibir comentarios y preguntas.

Elementos Clave Para Crear Su Historia

Quién es usted

Lo que aporta

Lo que desea

Su resultado ideal

Lo que necesita



 American Farmland Trust

Vamos a pasar a practicar el perfeccionamiento de su historia para una audiencia específica. A modo de recordatorio, estos son los elementos clave de su historia. Practicamos el trabajo a través de estos en su carta a los simpatizantes. Puede remitirse a lo que ya creó aquí, pero esta vez usted esbozará lo que le gustaría decir a una persona o personas específicas. Ya identificó varias audiencias, así que ahora deberá elegir cuál de ellas.

Resumen





El proceso de transferencia puede llevar tiempo, a veces años. Tenga paciencia y siga perfeccionando su historia a medida que avanza.

A modo de recordatorio, he aquí una serie de pasos en el proceso de transferencia de una explotación agrícola o ganadera. Lo dividimos en 10 pasos. Es probable que siga la mayoría de ellos, si no todos, pero no es un proceso lineal, por lo que, si bien tiene sentido seguir cierto orden, es probable que descubra que avanza y retrocede varias veces antes de terminar.

Su historia forma parte importante de este proceso. Puede ser un buen lugar al que puede volver si se siente frustrado(a) por el ritmo o las incógnitas del proceso. Reconectar con la razón por la que usted hace lo que hace puede ser una buena motivación para seguir persiguiendo su visión.