



SOROPTIMIST

Best for Women

# Manual de Reclutamiento

**Julio 2010**

---

# Tabla de Contenidos

---

Introducción .....	2
Paso #1: Haga una Evaluación del Club .....	2
Paso #2: Sepa lo Que Vende- Y Crea en Ello.....	3
Paso #3: Identificando Posibilidades/Candidatas .....	5
Paso #4: Haciendo Contacto .....	7
Paso #5: Reteniendo Nuevas Socias .....	9
Herramientas y Recursos para el Reclutamiento .....	10
Lista Rápida para el Plan de Reclutamiento .....	11
Conclusión .....	11

---

## Introducción

---

La importancia de Soroptimist para las mujeres y las niñas alrededor del mundo está personificada a través de nuestra capacidad para responder a las necesidades de hoy mientras planificamos para el futuro. La naturaleza diversa de nuestro trabajo, desde construir refugios para violencia doméstica hasta brindar fondos para ayudar a mujeres que han sido víctimas de desastres naturales, refleja los 19 países cubiertos por nuestra membresía. A medida de que el estatus de las mujeres y las niñas cambia en el mundo, también lo hacen nuestros programas-asegurando que verdaderamente somos una organización de mujeres que dan lo mejor de sí para ayudar a otras mujeres a que sean lo mejor de sí.

Los clubes individuales de Soroptimist son tan diversos como nuestra membresía. Es el objetivo de nuestros clubes el llevar a cabo nuestra misión mientras hacen que la membresía sea conveniente y relevante dentro de la realidad del ambiente actual, incluyendo los horarios con demandas en aumento. El reclutar nuevas socias dentro de este ambiente, que sustentarán a los clubes y los guiarán hacia el futuro, es en general el desafío más grande para los clubes. Este manual tiene la intención de guiar a los clubes a través del proceso de reclutamiento, ofreciendo consejos y recursos que pueden usarse para desarrollar un plan a medida que cubra las necesidades individuales del club.

Por favor, tenga en cuenta al leer este manual, que las sugerencias son solo eso, sugerencias. Este manual no tiene por objeto ser un conjunto de reglas que los clubes deben seguir. Considerando la diversidad de los clubes Soroptimistas, no es posible crear un modelo de “tamaño único” para el reclutamiento. Además, si bien el manual es comprensivo, no es, de ninguna manera, exhaustivo. Los clubes crean proyectos e ideas nuevas e innovadoras para el reclutamiento todos los días. Los clubes deben usar este manual como punto de partida para crear un plan que funcione para ellos y son alentados para que incorporen la mayor flexibilidad en su proceso de reclutamiento como les sea posible.

## Paso #1: Haga una Evaluación del Club

---

Antes de promocionarse para las nuevas socias, es importante que un club mida qué tan atractivo es para las potenciales socias, realizando una evaluación, o “chequeo de salud.” Al igual que a veces damos a nuestra propia salud por sentada, los clubes tienden a dar por sentada su propia salud, lo que puede llevar a comercializar un producto “defectuoso.” Piense en su propio club por unos minutos y vea si reconoce algunos de los siguientes síntomas:

- Su club, ¿está pasando por una disminución en la participación de las socias?
- ¿Se han vuelto una rutina las reuniones del club?
- Su club, ¿Está trabado en las tradiciones y no está dispuesto a cambiar?
- ¿Encuentra difícil el atraer y mantener nuevas socias?
- ¿Hay un deseo genuino de traer nuevas socias, especialmente si son diferentes a las socias actuales?
- Los procedimientos del club, ¿Hacen que sea complicado o lento el traer nuevas socias?
- ¿Están haciendo todo el trabajo siempre las mismas pocas socias?

Si en su club ocurre cualquiera de las anteriores, es hora de dar un paso hacia atrás e identificar las áreas que pueden usar un nuevo enfoque. Una evaluación puede brindar descubrimientos invaluable para la salud del club, identificando puntos fuertes y débiles-y oportunidades para mejorar-a los ojos de todas las

socias, no sólo de las líderes del club. Lo que las socias valoran, cambia con el tiempo, y también debe hacerlo la capacidad del club para cambiar.

Un ejemplo de la evaluación del club se encuentra en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org). Se alienta a los clubes a que modifiquen, agreguen y eliminen las preguntas basadas en áreas de preocupación específicas. Es importante que los clubes no se abstengan de hacer preguntas que desafíen las practicas actuales ya establecidas y que forman parte de su cultura, como los horarios de las reuniones, programas anticuados que no se concentran en las mujeres y las niñas y nociones preconcebidas sobre idoneidad para membresía basadas en título, ocupación y edad.

Una vez que un club ha identificado áreas para incluir en la evaluación y ha desarrollado el formulario, aquí hay algunos consejos para conducir la evaluación:

- Asigne a una coordinadora para la evaluación-una socia neutral, imparcial (que no forme parte de la Junta ni tenga un puesto de liderazgo)-para guiar la iniciativa.
- Incluya a todas las socias en la evaluación-enviando el formulario de evaluación por correo o por email en tanto sea necesario. Al enviar formularios, incluya un sobre con estampilla para aumentar el índice de respuestas.
- Pídales a las socias del club que respondan a todas las preguntas.
- Asegure a las socias que toda la información es confidencial y/o anónima a menos que elijan que no lo sea. Aliéntelas a que sean honestas y directas y a que presenten ideas adicionales.

Los resultados de una evaluación pueden ayudar a los clubes a determinar qué fue lo que impidió que alcanzaran sus objetivos y qué es lo que deben hacer para superar esos obstáculos. Por ejemplo, si una evaluación revela que la mayoría de las socias del club sienten que los proyectos del club no promueven la misión de Soroptimist, el club deberá considerar renovar los programas actuales o probar nuevos.

Una evaluación anual brinda a los clubes un marco de referencia dentro del cual las socias pueden generar un plan para cambios positivos que incluya iniciativas revitalizadas para reclutamiento. La evaluación y adaptación continua de los proyectos y las prácticas ayudan al club a mantener el interés de las socias actuales y a atraer nuevas.

## **Paso #2: Sepa lo Que Vende- Y Crea en Ello**

---

Luego de aclarar su enfoque e identificar puntos fuertes mediante una evaluación, un club está listo para desarrollar un mensaje fuerte y conciso para comunicarles a las socias potenciales. Las socias del club conocen los beneficios de la membresía en Soroptimist y están capacitadas para crear un mensaje que muestre a las socias potenciales cómo pueden beneficiarse al pertenecer a un club en especial.

Hay dos partes en una venta: Vender a uno mismo y venderles a otros. Antes de tener éxito al venderles a otros, usted debe creer en lo que vende. Si usted no cree en Soroptimist y en su club, nadie creerá. Debe ser entusiasta al transmitir la propuesta del valor de su club ya que la gente quiere ser parte de un grupo dinámico.

Las mujeres se unen a Soroptimist porque creen en que la organización les brindará valor a sus vidas, como voluntarias y como mujeres profesionales y de negocios. Los estudios de mercado han mostrado que las socias potenciales de Soroptimist:

- Buscan maneras para ayudar a las mujeres.
- Escucharon acerca de la misión y quieren saber más.
- Buscan una manera de involucrarse en un esfuerzo global.
- Quieren conectarse con mujeres profesionales.
- Están investigando varias organizaciones y buscan aquella con la que mejor encajan.

No es necesario que el mensaje de reclutamiento de un club sea un guión escrito. Una herramienta más efectiva es una lista de puntos informales de conversación a los que todas las socias pueden referirse al hablar de Soroptimist. La lista a continuación brinda una base para desarrollar puntos de conversación para su club. Los clubes deben personalizar su lista para que incluya actividades y recompensas que les son específicas, y las socias pueden también complementar la lista describiendo experiencias personales.

A continuación hay una visión general de los beneficios de la membresía en Soroptimist:

- **Gratificación:** Trabaje en proyectos que mejoran las vidas de mujeres y niñas y brindan satisfacción personal y reconocimiento.
- **Amistad:** Cultive relaciones con otras mujeres con intereses y valores similares a los suyos.
- **Diversidad:** Reúnase y aprenda sobre las mujeres con antecedentes étnicos y culturales distintos, y participe en proyectos que se concentran en las necesidades de las mujeres alrededor del mundo.
- **Red de Contactos:** Asóciase con otras mujeres que representan una variedad de profesiones para facilitar contactos de negocios valiosos.
- **Liderazgo:** Desarrolle aptitudes a nivel del club para resaltar la capacidad profesional y las oportunidades de liderazgo en todos los niveles de la organización.
- **Tutelaje:** Comparta su experiencia con otras mujeres que comienzan su vida profesional o con aquellas que están cambiando de carrera.
- **Conveniencia:** Pertenezca a una organización con programas organizados y recursos desarrollados profesionalmente que les permiten a las socias concentrarse en brindar servicios de voluntariado.
- **Servicios:** Reciba una suscripción a la premiada revista de SIA *Best for Women*; acceda a una riqueza de recursos en el área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org); y aproveche las ofertas especiales y los descuentos de las organizaciones asociadas.

### *Más Consejos:*

- Modifique su mensaje según los distintos mercados. Lo que es importante para algunos puede no ser importante para otros.
- Es natural para una potencial socia el cuestionar lo que se esperará de ella si se une a Soroptimist. Los requerimientos de los clubes varían, pero todas las socias tienen algunas necesidades básicas, como participar en eventos y reuniones, asistir con el reclutamiento, y pagar las cuotas. Sea abierta con las socias potenciales sobre el compromiso y las obligaciones financieras con su club.
- Si fuera posible, considere subsidiar o anular las cuotas del club para las socias que están atravesando dificultades económicas.
- Haga que el compromiso de tiempo parezca menos intimidatorio invitando a las socias potenciales a familiarizarse con Soroptimist mediante su participación en un proyecto a corto plazo antes de asociarse.
- En todos los contactos con socias potenciales, sea rápida en compartir su conexión con Soroptimist, pero evite ser excesivamente entusiasta. A nadie le gusta ser presionado para asociarse. La mejor manera de generar interés es dejar que su satisfacción y gratificación hablen por usted.

- Al comunicar su mensaje, recuerde no asumir que el público sabe de qué se tratan Soroptimist y su club. Aunque su club tenga una historia de 80 años, no es garantía de que la gente sepa lo que es una Soroptimista. Aún aquellos que conocen a Soroptimist pueden no saber lo que su club hace en realidad para mejorar las vidas de las mujeres y las niñas en su comunidad y alrededor del mundo.

El comprender el menú completo de los beneficios ofrecidos por Soroptimist, el estar preparado para hablar de ellos con conocimientos de los mismos y complementarlos con historias y experiencias personales es una manera comprehensiva y efectiva de comunicar el valor de la membresía.

## **Paso #3: Identificando Posibilidades/Candidatas**

---

Ahora que ya sabe lo que vende, es más fácil determinar a quién debe vendérselo-también conocido como prospección. La Prospección es el proceso de identificación de personas que se sentirían atraídas por la misión de Soroptimist y traerían ideas, entusiasmo y el conjunto de aptitudes necesarias para la organización.

### *¿Quién es una buena elección para Soroptimist?*

A medida de que los clubes emprenden la búsqueda de potenciales socias, una pregunta sale a la luz con frecuencia: ¿a quién se les “permite” invitar a unirse a Soroptimist? Una respuesta inicial rápida y fácil para esta pregunta aparece en el reglamento de SIA:

El Artículo i.e., Sección 2 de la Constitución de SI dicta:

*“Sección 2. (i) Para calificar para la membresía de Soroptimist International, una mujer debe:*

- a) Estar trabajando en una profesión o empresa o en una ocupación de nivel o responsabilidades comparables a las de una persona trabajando en una profesión o empresa (socias regulares); o*
- b) Haberse retirado recientemente, temporal o permanentemente de una profesión o empresa o en una ocupación de nivel o responsabilidades comparables a las de una persona trabajando en una profesión o empresa (socias retiradas/sin empleo); o*
- c) Estarse embarcando en una profesión o empresa o en una ocupación de nivel o responsabilidades comparables a las de una persona trabajando en una profesión empresa.” (Socias en proceso)*

Como los clubes bien lo saben, sin embargo, los tiempos cambiantes-y los cambios en los grupos de socias potenciales- han hecho que nos detengamos y pensemos más allá del reglamento para determinar quién es la elección adecuada para Soroptimist. El invitar a socias que serán productivas y dedicadas implica más que conducir una comparación con los requerimientos incluidos en un reglamento. Vale la pena leer bien los reglamentos y explorar cómo pueden ampliarse los esfuerzos para el reclutamiento dentro de su significado y su intención.

### *“Profesión o Negocio”*

Muchos clubes preguntan específicamente qué significa la frase “profesión o negocio” según los reglamentos. Es comprensible que los clubes busquen orientación en ésta área, ya que determinar lo que constituye una profesión o negocio puede ser un tema complicado. Aunque fuera posible generar una lista que incluya todos los títulos y ocupaciones que se consideran como parte de la categoría de profesión y negocios, la lista se volvería obsoleta casi de inmediato a medida que las mujeres ingresan en nuevos y diversos campos y sus vidas profesionales evolucionan. Además, los títulos siguen siendo más y más

únicos en las industrias a las que sirven, no siempre cayendo dentro de categorías estandarizadas y raramente articulando el verdadero significado de las responsabilidades de una mujer y su capacidad.

Dado a que es tan difícil brindar una definición concreta sobre “profesión o negocio”, la federación les da el poder a los clubes para que sean inclusivos a diferencia de exclusivos en su interpretación de esta frase. En lugar de concentrarse solamente en el título y la ocupación, se alienta a los clubes a que miren de cerca al trabajo real que desempeña una potencial socia y cómo su actitud, entusiasmo, ideas y conjunto de destrezas contribuiría con el club. En otras palabras, el reclutamiento debe concentrarse en las contribuciones específicas que un individuo puede brindar al club y a Soroptimist.

### *Encontrar Perspectivas/Candidatas*

A continuación se presenta un grupo de recursos y tácticas para generar perspectivas prometedoras:

- **Socias Anteriores:** Revise las listas anteriores y seleccione los nombres de socias anteriores que pudieran estar interesadas en renovar su membresía. Una mayoría de Soroptimistas terminan con su membresía debido a limitaciones de tiempo. Esto puede ser una situación temporaria o puede ser disminuido reduciendo los requerimientos de tiempo voluntario a nivel del club. Estas mujeres creen en la misión de Soroptimist y probablemente aprecien que se les pida que vuelvan a formar parte de su antiguo club. Esta es una de las áreas de concentración más ignoradas, y debe ser revisada al menos en forma anual.
- **Asociadas de Negocios:** Dado a que Soroptimist es una organización de mujeres de negocios y profesionales, uno de los mejores lugares para reclutar nuevas socias es su lugar de negocios. Invite a colegas, asociadas y proveedores a una reunión o evento, y aliente a las socias a que investiguen y se concentren en mujeres de su misma profesión.
- **Donantes:** Agregue a su lista los nombres de donantes y de individuos quienes apoyarían sus recaudaciones de fondos o eventos de caridad. Si organiza subastas silenciosas o sorteos, asegúrese de recolectar los nombres y direcciones de las participantes. Las listas publicadas de los contribuyentes a otras beneficencias que tienen relación con los intereses de su club son también un buen recurso.
- **Organizaciones locales sin fines de lucro o grupos de mujeres:** Invite a asociadas y amigas involucradas en otras organizaciones voluntarias y profesionales a que asistan a eventos para aprender más sobre Soroptimist. El establecer sociedades con estos grupos y trabajar juntos en proyectos es una manera efectiva de llegar a las socias de organizaciones parecidas.
- **Diarios, publicaciones locales y revistas:** Busque anuncios de empresas donde las dueñas son mujeres o mujeres que han sido ascendidas o asignadas a nuevos puestos. Envíe una carta de felicitación a estas mujeres, describa a Soroptimist e invítelas a su próxima reunión.
- **Cámara de Comercio Local y Páginas Amarillas para Mujeres:** Éstas dos guías son fuentes de negocios con dueñas mujeres en su área.
- **Convenciones y eventos de la comunidad:** Arme un están o una mesa, tenga literatura disponible, y reúna tarjetas profesionales para poder agregar nombres a su lista. Ofrezca un sorteo con premio como incentivo para atraer a socias potenciales. (Para más consejos para la exhibición, vea la Guía para Exhibición en la sección de toma de consciencia pública del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org)) El ser voluntaria en estos eventos es una gran manera de hacer contactos y elevar el perfil de su club en la comunidad.
- **Contactos Personales:** Pídale a las socias que hagan correr la voz sobre Soroptimist en las asociaciones para padres y maestros y con los alumnos egresados de la universidad y entre miembros familiares.

- **Ganadoras de Premios:** Las mujeres que han recibido un premio de su club o de Soroptimist en general quieren devolverle a la organización que las ayudó, incluyendo a las receptoras de los Premios Oportunidades para la Mujer y el Premio Soroptimista Ruby, para Mujeres que Ayudan a Mujeres. Invítelas a unirse. Las Juezas del Premio Ruby: Para Mujeres que Ayudan a Mujeres son también buenas candidatas para la membresía.

Otra fuente de iniciativas son los Formularios de Introducción recibidos en la Sede Central de SIA y enviados a los clubes por las presidentas regionales de membresías. Estas socias potenciales se tomaron el tiempo para ir al sitio de Soroptimist y completar el formulario, por lo que tienen un alto nivel de interés y esperan ser contactadas. ¡No deje que estas socias potenciales prometedoras se le escapen! ¡Una rápida llamada telefónica o un email es todo lo que necesita para reconocer el interés de una socia potencial! Escriba una respuesta estándar para email a estas preguntas que incluya la información sobre futuras reuniones del club con una invitación a asistir junto con información de contacto relevante, y envíe un folleto de Vive Tu Sueño adjunto. (Un ejemplo de respuesta por email a los Formularios de Introducción está en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org))

### *Más Consejos:*

- Invite a oradores que hayan hecho presentaciones en sus reuniones para que se asocien.
- Organice una reunión anual de “Prospección” para hacer un torbellino de ideas y obtener más fuentes de socias en su comunidad.
- En todas las funciones del club, incluyendo las recepciones para establecer contactos, los almuerzos y eventos de reclutamiento, pídale a las asistentes que firmen una lista de invitados y agregue esta información a su lista de candidatas.
- Mantenga un registro de las fuentes de todas las candidatas (de las que obtuvo los nombres) ya que las candidatas le preguntarán a menudo cómo llegó su nombre a la lista.
- Asigne la responsabilidad de mantener la lista de candidatas a una socia, como la presidenta de membresías del club o la secretaria.

## **Paso #4: Haciendo Contacto**

---

Ahora que armó una lista de candidatas de alto potencial, es hora de hacer contacto. A continuación hay algunas opciones para llegar a socias potenciales:

**Email:** El email es la forma de comunicación más económica y en general la de preferencia para muchos profesionales. Sin embargo, el depender únicamente del email debido a su bajo costo puede alienar a socias potenciales que buscan unirse al club debido a la interacción personal que les proporciona. Al reclutar, el email se usa mejor para complementar otros tipos de contacto. Por ejemplo, se puede enviar un email a una socia potencial invitándola a una reunión y luego hacer seguimiento con una llamada telefónica.

- *Usos:* Invitación a asociarse, invitación a una reunión, confirmación de asistencia, seguimiento a una reunión, seguimiento a la correspondencia enviada.
- *Consejo:* Las líderes del club pueden usar la dirección de email asignada por la Sede Central durante su tiempo de servicio en su puesto y pueden pasarle la dirección a las oficiales que siguen. Esto ayuda a prevenir las desconexiones en la comunicación durante la transición del liderazgo.

**Medios Sociales:** Los medios sociales son una forma económica y accesible de llegar a las socias potenciales. A medida de que el Internet continúa creciendo y los medios sociales explotan, vemos un cambio en la forma en la que nos comunicamos. Las socias actuales y las socias potenciales esperan hacer una conexión en línea rápidamente.

- *Usos:* Brindar un foro público y una plataforma en línea, responder a preguntas y problemas rápidamente, aprender sobre lo que les preocupa a las socias y escuchar sus ideas, y diseminar información rápida y fácilmente.
- *Consejo:* Los distintos medios sociales pueden ser abrumadores (weblogs, blogs sociales, microblogs, videos, wikis, podcasts, etc.) Empiece con uno y construya su red social desde ahí. Vea como otros clubes Soroptimistas están usando Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube y Flickr para resaltar sus esfuerzos de reclutamiento.

**Correspondencia:** A pesar de que las piezas de correspondencia directa pueden perderse en los volúmenes de correo recibido por mujeres profesionales y de negocios, pueden crear toma de consciencia entre grandes números de socias potenciales sin ser intrusivas. Para que cualquier correspondencia sea exitosa, los clubes deben mantener su lista de candidatas para asegurar que los materiales lleguen a los objetivos apropiados. La información de contacto debe ser actualizada frecuentemente y las candidatas que no están interesadas deben ser borradas.

- *Usos:* Promoción difundida de membresía o de un evento; contacto continuo y no intrusivo con las candidatas.
- *Consejo:* Personalice las piezas de correspondencia directa y las cartas cuando sea posible.

**Publicidad:** Al igual que la correspondencia, la publicidad puede crear toma de consciencia entre grupos grandes de socias potenciales pero es impersonal. Sin embargo, la publicidad puede complementar los esfuerzos de correspondencia directa llegando a las candidatas que no hayan sido capturadas en listas de correspondencia existentes.

- *Usos:* Difusión y promoción de membresías o de una reunión/evento.
- *Consejo:* Cuando considere comprar publicidad, piense más allá de los medios tradicionales como periódicos. La publicidad por Internet puede aumentar el tráfico al sitio web del club, y puede llevarse la cuenta de la cantidad de visitas para así determinar cuán efectivo fue el aviso.

**Llamadas Telefónicas:** Las llamadas son efectivas ya que le brindan a la organización una identidad personal mediante una persona que puede contestar preguntas y demostrar entusiasmo. Las llamadas también pueden generar opiniones inmediatas, y la persona que llama puede ocuparse de las inquietudes específicas de la candidata.

- *Usos:* Invitación a asociarse, invitación a una reunión, confirmación de asistencia, seguimiento a una reunión, seguimiento a la correspondencia enviada.
- *Consejo:* Las llamadas telefónicas como seguimiento a la correspondencia pueden aumentar el índice de respuestas del 3 al 10 por ciento.

**Cara a Cara:** El invitar candidatas a una reunión, ya sea una reunión rutinaria o un evento de reclutamiento, es una de las maneras más efectivas de educar a las socias potenciales acerca del rol de Soroptimist en la comunidad y los beneficios de la membresía. Cuando use un modelo de reclutamiento basado en un evento lo mejor es denominarlo como un evento para establecer contactos para las mujeres en la comunidad para mostrarles el valor que puede otorgarles su afiliación con Soroptimist.

Algunos consejos para realizar un evento de reclutamiento exitoso incluyen:

- Comience a planear con tiempo, al menos tres meses antes del evento.
- Dedique una reunión del club para hacer un torbellino de ideas y pídale a las socias que traigan una lista con invitadas potenciales.
- Considere organizar ceremonias de premios conjuntamente con el evento. Esto les muestra a las socias potenciales que el club aprecia y recompensa la participación y el esfuerzo.
- Mantenga al evento breve, informativo e interesante. No abrume a las socias potenciales con demasiada información.
- Diseñe una presentación breve en PowerPoint para que el orador la use como una ayuda visual. (Un ejemplo de formato para la presentación de membresía está disponible en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org))
- Elija una fecha y horario que sean atractivos para sus candidatas. Asegúrese de tener en cuenta a las mujeres que trabajan durante el día o tienen que cuidar a sus hijos. Evite los feriados.
- Elija un lugar que sea accesible mediante diversas formas de transporte. Evite los lugares públicos en los que la reunión pueda ser interrumpida.
- Asigne a una socia como el contacto para la reunión para que todas las preguntas y los RSVPs sean referidos a una sola persona.
- Envíe las invitaciones al menos un mes antes de la fecha de la reunión. Asegúrese de que sus invitaciones incluyan el cuándo, dónde, Qué, y el Llamado a la Acción/RSVP. Si tiene toda la información allí, la invitada no tiene que buscar información adicional-¡solo tiene que RSVP y aparecer!
- Hágalas saber a las invitadas que pueden traer a una amiga. Puede que las nuevas candidatas se sientan más cómodas en el evento si pueden traer a alguien que las acompañe.
- Antes del evento, envíeles a las socias una lista de las personas que asistirán para que estén al tanto.
- Descargue o encargue materiales de Soroptimist para distribuir: Folletos que podrán leer en detalle más tarde; tarjetas de negocios para que las asistentes tengan información de contacto fácilmente accesible; y artículos para regalar que pueden servir para decir “gracias” y como un recordatorio consistente de Soroptimist.
- Haga credenciales para todas que indiquen si la asistente es socia o invitada.
- Haga que todas las invitadas firmen al entrar.
- Empiece y termine a horario.
- Pídale a cada asistente que se presente a sí misma y describa a qué se dedica.
- Considere reunir tarjetas de negocios para un sorteo por un premio al final de la reunión.
- **¡Pídale a las potenciales candidatas que se hagan socias!** Tenga formularios para socias potenciales disponibles en la reunión. (Un ejemplo del formulario para socias potenciales está disponible en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org))
- Haga un seguimiento de la reunión con una llamada telefónica, un email o una carta.

(Hay ejemplos de las invitaciones y las cartas de seguimientos disponibles en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org)) Algunos consejos generales al preparar cartas incluyen:

- Mantenga las comunicaciones cortas y concisas-no más de una página.
- Dirija sus cartas a sus audiencias. Si una candidata a socia fue recomendada por una socia o conoce a Soroptimist, la carta tendrá un tono diferente que una dirigida a una candidata que no conoce bien a Soroptimist.

- Envíe las cartas en papeles con membrete de Soroptimist.
- Edite las cartas cuidadosamente.
- Resalte frases como “sólo por invitación” y “usted ha sido seleccionada.” Esto le dice a la receptora que ha sido elegida en lugar de agregada de una audiencia general.
- Incluya un llamado a la acción, pidiendo una respuesta directa en un período de tiempo determinado.
- Envíe cartas de parte de la presidenta del club o la presidenta de membresías.

## **Paso #5: Reteniendo Nuevas Socias**

---

Los primeros tres años de una socia son cruciales en su camino como Soroptimista. Este tiempo en la trayectoria de la socia como Soroptimista es importante por dos razones: Primero, es el momento más importante para generar lealtad. Segundo, es el tiempo durante el cual es más probable que las socias terminen con su membresía. Los clubes deben informarles a las nuevas socias las novedades, mantenerse en contacto, y alentar la participación para aumentar las posibilidades de una nueva socia para convertirse en una Soroptimista comprometida.

- **Educación de las Nuevas Socias:** Eduque a las nuevas socias temprano para que se sientan involucradas en la organización. Hábleles a las nuevas socias acerca de la cultura individual de su club, su historia, sus programas y sus eventos.-Considere organizar un programa de tutelaje basado en el club.
- **Involucrando Temprano a las Socias:** Hay una mayor oportunidad de que las socias valoren la membresía si están incluidas en forma activa en los programas y eventos. Alentando a las nuevas socias a que se involucren temprano, formarán un interés comprometido en los eventos del club, que reforzará su compromiso con el club y con la misión de Soroptimist.
- **Opiniones de las Nuevas Socias:** Una vez que las nuevas socias se unen a la organización, recuerde no dejar que se interrumpan las conversaciones. El mantenerse en contacto con las nuevas socias por medio de llamadas telefónicas y email les mostrará que son valoradas. Invite a las nuevas socias a encontrarse en forma casual con oficiales del club y otras líderes luego de los primeros 90 días de su membresía para ofrecer perspectivas frescas. Sus opiniones le brindarán al club nuevas perspectivas. Finalmente, desarrolle una encuesta para nuevas socias y pídale a las nuevas socias que la completen después de sus seis primeros meses de membresía. Esto le mostrará cuán efectiva y rápidamente el club involucra a las nuevas socias. Un ejemplo de la encuesta para nuevas socias está disponible en la sección de membresías del área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org)

## **Herramientas y Recursos para el Reclutamiento**

---

El sitio de Internet de Soroptimist les permite a más socias que nunca interactuar, encargar artículos de promoción, registrarse para la convención y aprender acerca de la historia de nuestra organización. Visite el área para socias de [www.soroptimist.org](http://www.soroptimist.org) para acceder a las siguientes herramientas y recursos:

- **El DVD de “Soroptimist Ayuda a Mujeres y Niñas a Vivir sus Sueños”, folletos de “Viviendo sus Sueños” y broches de “Vive Tu Sueño”** pueden utilizarse para elevar la toma de consciencia y para apoyar los esfuerzos de reclutamiento. (Tienda de Soroptimist)

- Pueden descargarse **formularios, encuestas, cartas y presentaciones de ejemplo**, y personalizarse según las necesidades de su club. (Recursos para Socias e Información)
- Repase nuestra **presentación generacional de comercialización** para obtener ideas y técnicas a usar para posibles candidatas de diferentes edades. (Recursos para Socias e Información)
- **Soroptimist 101** es una herramienta para educar a nuevas socias con respecto a la organización. (Recursos para Socias e Información)
- Diversas **hojas de datos** sobre los programas de Soroptimist están disponibles para descargar. (Salón de Noticias)
- Use el **directorío del club** para contactar a los clubes y preguntarles qué están haciendo. (Conéctese con Soroptimistas)
- Interactúe, conéctese y comparta información con otros siguiendo a Soroptimist en los sitios de redes de contactos sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, You Tube y Flickr. (Página principal)
- Siga y comente sobre temas de interés en el blog de la Presidenta de SIA.
- Visite y comparta el sitio de **Vive tu Sueño** para ver lo que están haciendo los clubes Soroptimistas para ayudar a las mujeres y a las niñas a vivir sus sueños mediante proyectos en sus comunidades locales. Lea historias inspiradoras sobre algunas de las mujeres extraordinarias que nos sirven de inspiración a medida de que trabajan para cumplir sus sueños.
- Las **presidentas regionales de membresías** están para ayudarla! Estas líderes están disponibles para responder preguntas y ayudarla a encarar sus asuntos de reclutamiento más desafiantes. Su información de contacto está en el Directorio de Liderazgo. (Conéctese con Soroptimistas)

## Lista Rápida para el Plan de Reclutamiento

---

- Haga una Evaluación del Club
- Establezca objetivos realistas y establezca una fecha para cumplirlos.
- Establezca un presupuesto que incluya costos de reclutamiento, materiales y correspondencia
- Diseñe su mensaje y sus puntos de presentación.
- Identifique perspectivas/candidatas
- Elija los métodos de comunicación
- Descargue y/o encargue los materiales de comercialización de la Sede Central
- Planee y lleve a cabo un/os evento/s para reclutamiento
- Haga un seguimiento con las candidatas

## Conclusión

---

El crecimiento de las membresías debe ser un punto vital para todas las Soroptimistas. Por lo tanto, todas las socias tienen el privilegio y la obligación de buscar nuevas socias. Algunas maneras de involucrar a las socias actuales en esfuerzos de reclutamiento incluyen:

- **Equipos de Reclutamiento.** Divida la membresía en equipos y arme un concurso de reclutamiento con un incentivo. Los estudios muestran que a pesar de que puede que la gente no trabaje duro para ser lo mejor de sí, trabajarán duro por no llegar en el último lugar.
- **Proponga un desafío.** Conduzca un desafío de membresía y pídale a cada socia que reclute al menos a una socia nueva en el año del club actual. Asegúrese de que todas las socias tengan materiales para repartir, incluyendo folletos de Vive Tu Sueño.
- **Recompense a las socias.** Considere otorgarle un premio a la socia que haya reclutado a más candidatas al fin del año del club, poniendo su nombre en el boletín de noticias, y/o presentándole un certificado u otro pequeño gesto de apreciación.

El desarrollar y ejecutar una estrategia de reclutamiento puede parecer desbordante. Empiece de a poco, tómese su tiempo y aprenda a no tomárselo personalmente cuando le pide a alguien que se haga socia y dicen que no. Además, no deje que las preocupaciones financieras la desalienten. El tratar de llegar a una nueva audiencia no implica necesariamente expensas adicionales. Una campaña por email hacia candidatas identificadas seguida por un llamado telefónico es un acercamiento económico y simple. Y recuerde, el equipo de membresías está siempre dispuesto a contestar preguntas, ofrecer consejos, y dirigirla hacia los recursos que la ayudarán a desarrollar y lanzar su plan de reclutamiento.

El reclutamiento de membresías es una actividad a lo largo del año que afecta a todos los aspectos de la vida del club, incluyendo el programa, la toma de consciencia pública y la recaudación de fondos. Establezca objetivos realistas, genere un calendario con tácticas que hará cumplir los objetivos, y hará que trabajen juntas para asegurar el éxito. ¡Use su imaginación y diviértase!