

Propuesta de Plan de Aprendizaje Individual

(Proposal of Individual
Learning Plan)

Estimado Padrino/Madrina:

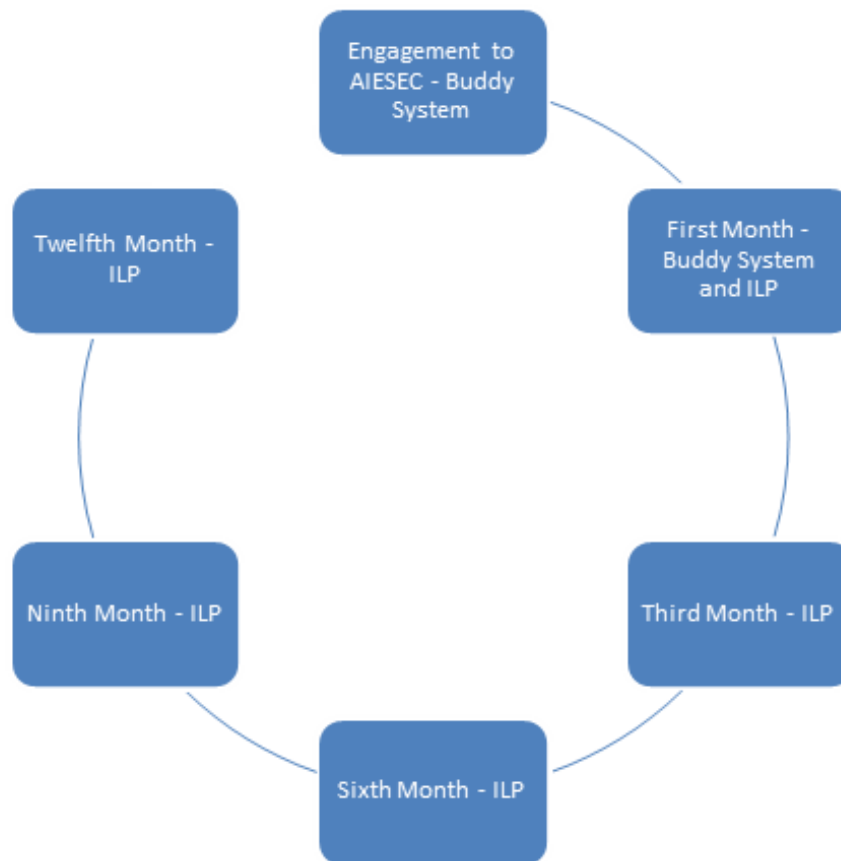
El Individual Learning Plan (de ahora ILP) es una herramienta desarrollada por Talent Management, como una respuesta a la necesidad de permitir que la membrecía de un comité tenga un objetivo claro tanto dentro de la organización como su interés propio de desarrollo que lo motivó a unirse a AIESEC. Este plan está contemplado para ser trabajando durante un año, lo que permitirá visualizar de forma más clara y simple los progresos y avances que cada uno de los integrantes del comité vaya logrando a medida que va adquiriendo experiencia.

Esta propuesta no está totalmente acabada, sino que permite la flexibilización de tiempos y contenidos, por lo que tanto el trabajo constante de esta guía como los feedback otorgados a medida de su realización, permitirán ir creando una bitácora de trabajo más eficiente.

Espero que les sirva mucho, y cualquier duda, comuníquenla al encargado del ILP o al VP de Talent Management para su asesoría.

ILP

El Individual Learning Plan de USACH se ha creado en base a una primera propuesta, con ciertas dinámicas. Hoy día se agregan más dinámicas, que se deberán aprender a medida que vive su experiencia en AIESEC, y está contemplado en 5 bloques distintos.



El primer bloque, es cuando la persona se involucra con AIESEC, y aquí solo se hace presente el Buddy System, ya que permite hacer el tracking efectivo de las expectativas que AIESEC puede ofrecer.

El primer mes, aparece en paralelo el Buddy System y el ILP, ya que será el padrino quien realice las actividades. Aquí permitirá revisar las primeras expectativas de la organización, su involucramiento, y la actividad base para analizar las necesidades y deseos del newbie en la organización

Los 4 bloques principales vienen al tercer, sexto, noveno y duodécimo mes, en el cual se realizan las actividades principales del ILP.

PRIMER MES

- Ventana de Johari
- Pool de preguntas

Ventana de Johari

La ventana de Johari es una herramienta efectiva que permite revisar el proceso de interacción humana explorando como fluye la comunicación entre los protagonistas y así mejorar la comunicación interpersonal.

El modelo se concreta en una matriz de doble entrada en que las columnas representan el “yo” y las filas los otros. La primera columna representa lo que “yo sé respecto de mí”; la segunda “lo que desconozco respecto de mí”; asimismo la fila superior contiene lo que “los otros saben de mí” y la inferior “lo que los otros desconocen de mí”. El análisis del modelo esta hecho sobre el individuo, Yo (uno mismo) y su relación con los demás. Pero cambiando la palabra Yo (uno mismo) por “equipo” o “grupo”, el modelo también permite un acercamiento a la dinámica de grupos o equipos y su entorno. La ventana de Johari genera cuatro áreas.¹

	Conocido por mi	No conocido por mi
Conocido por el resto	Área abierta	Área ciega
No conocido por el resto	Área oculta	Área desconocida

AREA ABIERTA

Incluye todo lo que conocemos de nosotros mismos y lo que los demás conocen de nosotros.

- Las cosas que son evidentes: sexo, raza, cualidades externas, formas de realizar sus actividades cotidianas, etc.
- Todo aquello que comunicamos sin dificultad a los demás: sentimientos, ideas, opiniones públicas, gustos, etc.

AREA OCULTA

Incluye todo lo que yo conozco de mí, pero los demás ignoran.

- Sentimientos, vivencias, experiencias íntimas, etc.
- Todo aquello nos presenta dificultad de comunicar: opiniones privadas, gustos no conocidos por los demás, etc.

¹ <http://mireiapoch.wordpress.com/2010/04/05/la-ventana-de-johari-ayuda-a-analizar-la-dinamica-de-las-relaciones-interpersonales/>

AREA CIEGA

Incluye todo aquello que los demás ven en nosotros y nosotros no vemos

- Sentimientos de inferioridad, superioridad, frustraciones, miedos, etc.
- Todo aquello que conforma la impresión que causamos a los demás y que comunicamos en nuestro modo de ser, de comportarnos, en gestos y expresiones, etc.

AREA DESCONOCIDA

Incluye todo aquello que nosotros ignoramos y también ignoran los demás

- Vivencias, instintos, contenidos de conciencia, experiencias reprimidas u olvidadas, etc.
- Todo aquello que conforma el mundo del inconsciente.

Para hojas de ayuda tanto para quien hace el ILP como quien completa su ILP, revisar anexo 1.

Pool de preguntas

Estas preguntas pueden ser planteadas de forma abierta, sin necesidad de que sean respondidas de forma escrita, y tampoco son necesarias responderlas todas. Se deja la plena libertad para que la persona determine cuales puede ejecutar con la otra persona.

- ¿Cuáles es tu misión en la vida? ¿Por qué existes?
- ¿Cuál es tu orden de prioridades en tu vida?
- ¿Qué experiencias me han marcado? ¿Por qué?
- ¿Qué quiero lograr? ¿Por qué?
- ¿Hacia dónde voy? ¿Para qué?
- ¿Qué necesidades me llaman la atención de la sociedad?

TERCER MES

- Actividades de dibujo
- Pool de preguntas

La persona le hará entrega de una hoja, en la cual una cara contiene 4 divisiones, y la otra cara posee espacio para realizar 3 preguntas. Las preguntas no deben ir impresas, sino que se les dirá cuando termine la primera parte.

En el primer recuadro (cuadrante I), se debe dibujar una situación en el cual a la persona le haya marcado su periodo de infancia. En el segundo recuadro (cuadrante II), se debe dibujar una situación en el cual a la persona le haya marcado su periodo durante la secundaria (pubertad). En el tercer cuadro (cuadrante III), la persona deberá dibujar una situación que le haya marcado durante su vida universitaria. En el último cuadro (cuadrante IV), la persona deberá dibujar una proyección sobre lo que le gustaría ser dentro de 10 o 15 años más.

Luego de realizar los 4 dibujos, deberá pedirle a la persona que mire atentamente lo que dibujó en el recuadro 4 (lo que desea ser), y con ello contestar en la parte trasera las siguientes preguntas

- ¿Qué es lo que quiero y necesito lograr, para que el último cuadro se haga realidad?
- ¿Cómo AIESEC puede ayudarme con esto?
- ¿Qué es AIESEC hoy para mí?

Pool de preguntas

Estas preguntas pueden ser planteadas de forma abierta, sin necesidad de que sean respondidas de forma escrita, y tampoco son necesarias responderlas todas. Se deja la plena libertad para que la persona determine cuales puede ejecutar con la otra persona.

- ¿Cuáles son las tres personas que más admiras en tu vida personal, profesional o AIESEC?
- ¿Qué valores viven esas personas que te hacen admirarlos?
- ¿Aspiras a tener estas cualidades y valores?
- ¿Cómo se combinan tus valores con los de AIESEC? (Luchar por la excelencia, disfrutar la participación, vivir la diversidad, demostrar integridad, actuar sustentablemente y activar el liderazgo).

SEXTO MES

- Canvas aplicado según Business Model You

Requisitos previos:

Como requisito previo a realizar en esta actividad, todos los miembros del comité involucrados en el ILP deben tener una capacitación previa acerca de *"Business Model Generation"*, enfocado especialmente en el modelo Canvas.

En MyAIESEC.net hay bastante información disponible:

- Capítulo 1 del libro: <http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10170416>
- Libro completo: <http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10187755>
- Presentación usada en España:
<http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10224700>
- Presentación usada en Indonesia:
<http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10222402>
- Presentación usada en Marruecos:
<http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10197129>
- Mi material: <http://www.myaiesec.net/content/viewfile.do?contentid=10225648>

Basado en el libro *"Business Model Generation"*, *"Business Model You"* ofrece una nueva visión de cómo podemos potenciarnos al crear un plan de negocios aplicado a nuestros objetivos a desarrollar, como asuntos ligados a nuestra carrera académica, a nuestra formación en AIESEC, o a cualquier aspecto de nuestra vida.

El orden de desarrollo de los bloques son los siguientes:

Recursos claves (¿Quién eres? / ¿Qué tienes?)



Si bien se habla que una economía tiene que administrar los recursos limitados, cada uno de nosotros es un mercado mucho más limitado, por lo que nuestros recursos son excesivamente escasos.

Dentro de la pregunta ¿Quién eres?, debes colocar tus intereses, habilidades y aptitudes, y rasgos de personalidad que te identifican. Dentro de la pregunta ¿Qué tienes?, debes completar con tus conocimientos, experiencias, contactos personales y profesionales, y otros recursos o activos tangibles o intangibles.

Tus intereses (las cosas que más te emocionan) son tus recursos más valiosos. Esto es porque lo que más te motiva te conduce a tener una carrera satisfactoria.

Habilidades y aptitudes es lo que sigue. Las habilidades son talentos naturales e innatos: cosas que tú haces con mucha facilidad. Las aptitudes son talentos que se aprenden o adquieres, cosas que dedicaste mucho tiempo de estudio y practica.

Los rasgos de personalidad incluye los valores, educación, sentido del humor, y varios más.

Los recursos y activos que tienes son recursos que tu posees tanto físicos (vehículos, ropa especial, dinero) como intangibles (experiencia profesional, reputación en cierto campo, publicaciones que tengas, etc.).

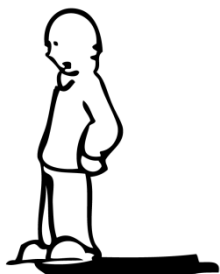
Actividades claves (¿Qué haces?)



Las actividades claves están vinculadas con los recursos claves. En otras palabras, lo que tú haces viene relacionado de lo que tú eres.

En este bloque, debes completar con las actividades que tú realizas cotidianamente. Recuerda que estas actividades claves están involucradas con el objetivo que tú quieres dentro de tu vida, pero no son las actividades primordiales. Por ejemplo, si deseas lograr graduarte, el habito de estudio es una actividad clave.

Clientes (¿A quienes ayudo?)



Los clientes son quienes pagan por recibir un beneficio, o a quienes tú les otorgas un beneficio siendo subvencionados por otros que si lo pagan.

En primer lugar, debes colocar a todas las personas dentro de la organización en que participas, los cuales dependen de tu trabajo para sus objetivos. Esto incluye a jefes, supervisores, y otras personas. Si bien ellos no te pagan por tu trabajo, ellos autorizan a aquello.

Luego, debes identificar a aquellas personas con las cuales compartes los objetivos a desarrollar, sin que necesariamente sean quienes te paguen. Por ejemplo, si estas dentro de un equipo de trabajo, todos tus compañeros de trabajo están dentro de esta área.

También puedes nombrar a otros individuos, como clientes que puedes tener dentro de tu trabajo (sin que necesariamente ellos te paguen directamente a ti), e incluso a gente de tu entorno cercano, como tu barrio, ciudades, o grupo de personas que tengan una afinidad de gustos contigo.

Propuesta de valor (¿Cómo ayudo?)



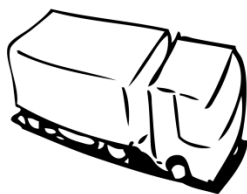
Lo más importante de este esquema: el como ayudamos a los demás a tener sus trabajos listos es nuestro concepto fundamental que motiva a nuestra carrera.

Una buena forma de comenzar definiendo nuestro valor es preguntarnos ¿Porqué me están eligiendo a mí? ¿Qué beneficio entrego como resultado de mi trabajo?

Por ejemplo, en Starbucks no encuentras tipos de café que no puedas encontrar en otros lugares, pero si puedes encontrar otro tipo de ambiente que te hace preferir tomarlo allí que en otro lado. Esa diferencia es la propuesta de valor.

Entender como tus actividades claves resultan en una propuesta de valor hacia los consumidores es central para definir tu modelo de negocios personal.

Canales (¿Cómo te conocen?)



Llegado a este punto, lo esencial está listo. A partir de ahora, los siguientes bloques te ayudarán a mejorar tu propuesta.

Este bloque consiste en responder las siguientes preguntas:

- ¿Cómo los potenciales clientes van a descubrir como tú los puedes ayudar?
- ¿Cómo van a decidir si compran tu servicio?
- ¿Cómo lo van a comprar?
- ¿Cómo vas a ofrecer lo que los clientes compraron?
- ¿Cómo va a darle seguimiento para que los clientes estén contentos?

Dentro de los mecanismos que se pueden usar acá, están por ejemplo presentar informes, hablar con gente, subir un trozo de código a un servidor de desarrollo, hacer una presentación de forma presencial u online, o usar un vehículo para entregar mercadería.

Lo importante de esta etapa es que debes definir como tu ayudas a comunicar el como tu ayudas, el como tu comunicas como tu ayudas a vender el como tu ayudas, y tu debes vender el como tu ayudas para obtener un pago por la ayuda.

Relaciones con el cliente (¿Cómo interactúas?)



¿Cómo describirías la forma en la cual tú interactúas con tus clientes?

Existen varias vías, cara a cara, o por medio de formas digitales como redes sociales o correo electrónico. Pueden ser también por medio de una sola transacción, o por un servicio adquirido. También puede ser en base con lograr un crecimiento de tu cartera de clientes (adquisición), o en base de otorgar satisfacción a tus clientes (retención).

Aliados claves (¿Quién te ayuda?)

Los aliados claves son aquellos que te entregan un soporte como personas profesionales.

Los aliados claves son quienes te ofrecen motivación, ayudas u oportunidades para crecer. También te pueden entregar ciertos recursos para lograr completar ciertas tareas. Aquí se puede incluir a colegas de trabajo o estudios, mentores, miembros de tu red profesional, familia o amigos.

Retornos y beneficios (¿Qué es lo que obtengo?)

Todos los retornos y beneficios cuentas, tanto tangibles como intangibles.

Debes colocar todos los ingresos, como los salarios, ingresos profesionales, opciones de compra, royalties, o cualquier otra forma de pago. Otros beneficios también pueden ser seguros de salud, pensiones, o asistencia por tuición. Incluso, puedes considerar beneficios “blandos”, como incremento de la satisfacción, reconocimientos o contribución social.

Costos (¿Qué es lo que das?)

Los costos son lo que tu otorgas para trabajar: tiempo, energía, y dinero, principalmente.

Por ejemplo, puedes considerar el hecho de pagar una suscripción a una revista o a una página, como también el hecho de viajar, gastos en vehículos, herramientas, prendas, internet, teléfono, transporte, o todo tipo de gasto que involucre poder ejecutar las actividades claves.

NOVENO MES

- Revisión de Ventana de Johari

En esta ocasión, la persona debe nuevamente realizar la Ventana de Johari². Luego de realizarlo, deben comparar los resultados obtenidos en ambas ocasiones.

La idea es analizar el movimiento de las habilidades, cualidades y características en ambas ocasiones.

Lo más importante en esta ocasión es la percepción de que uno se conoce más a si mismo, y que se puede apreciar cuando la persona tiene más aspectos anotados en el cuadrante del área Publica. Esto se puede deber a que cualidades del área ciega y oculta se hacen más latentes tanto en mí como en mi expresión pública, y también existe una disminución de características en la zona desconocida (aunque suele ser menos notoria).

² Revisar actividad del primer mes.

DUODECIMO MES

- Revisión de Canvas

“Business Model You”, más que entregar una respuesta a un planteamiento existencial, solo otorga una herramienta, que permite ser modificada en el tiempo, por lo que no es de extrañarse que la persona pudiese haber hecho ediciones a lo largo del tiempo. Lo importante es mantener una comunicación permanente respecto al movimiento y mejora de palabras puestas en el Canvas, de tal forma que dicha herramienta se convierta en la visión de que queremos hacer de nuestras vidas para entregar lo mejor de nosotros y destacarnos por sobre el resto (nuestro propósito).