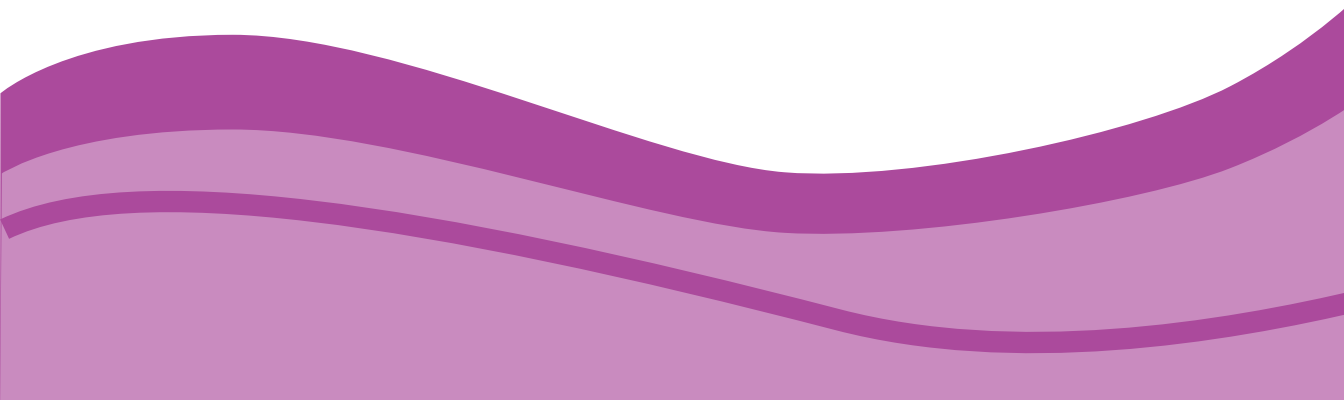




Guía de proyectos

**“Proceso metodológico para el entrenamiento
de capacidades emprendedoras
en latinoamérica”**



Esta guía del Proceso Metodológico para el entrenamiento de capacidades emprendedoras en latinoamérica forma parte de una colección de 7 guías, promovidas y desarrolladas por Fundación Ciudadanía:

1. Guía de captación y dinamización de las personas emprendedoras.
2. Guía taller estímulo a las ideas.
3. Guía taller espacios de intercambio.
4. Guía taller maduración de proyectos.
5. Guía de proyectos para las personas emprendedoras.
6. Guía de derivación, acompañamiento y seguimiento de proyectos.
7. Guía de comunicación.

Estas 7 guías, han sido impresas y distribuidas en Nicaragua, por la Asociación de Desarrollo Social de Nicaragua, CII-ASDENIC.

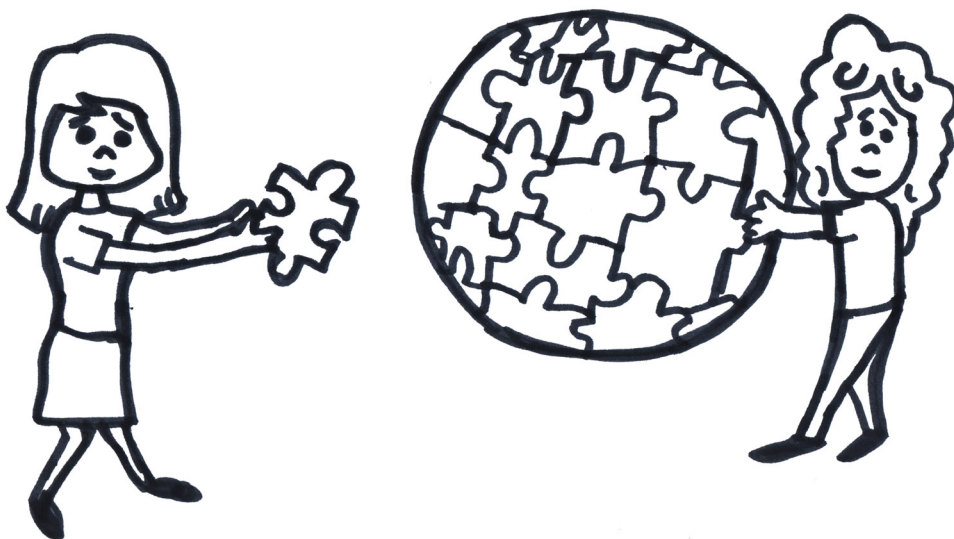
Año 2011.

El desarrollo de estas guías parte del Programa de Formación en Capacidades Emprendedoras Básicas y Capacidades Emprendedoras Empresariales. (Copyright Emprendedorex.com 2003).

La misión de este taller es crear las capacidades emprendedoras necesarias para que cada persona formada pueda enfocar la autogestión y posicionamiento de su autonomía, sustentada en sus propios valores, incidiendo en la toma de decisiones y el ejercicio de su libertad con el propósito de visualizar oportunidades y alcanzar objetivos, consiguiendo de esta manera proyectarse como gestoras de desarrollo social y económico en el país.

Dentro de este taller se facilitarán las técnicas y mecanismos necesarios para que cada participante pueda diseñar proyectos e iniciativas emprendedoras y llevarlas a cabo.

Esperamos que el taller pueda lograr en cada persona emprendedora, la incidencia necesaria que resulte en el mejoramiento de su calidad de vida y su satisfacción personal, fomentando el crecimiento económico sobre la base de la sostenibilidad, el conocimiento y la innovación emprendedora desde la perspectiva de género.





Índice

Presentación de la guía	1
I. ¿Qué es el la Guía de Proyectos?	2
II. Objetivos	2
III. Introducción a la guía	2
IV. Áreas de conocimiento emprendedor	2
4.1. Defino mi proyecto	2
4.2. Los cambios de estados de ánimo están presentes en todo el proyecto	4
4.3. Aprendemos a escuchar las necesidades de la gente	8
4.4. Descubriendo lo que la gente necesita, puedo hacer ofertas a esas personas	14
4.5. Aprendemos a contar nuestro proyecto para seducir al mundo; trabajamos la narrativa del proyecto	16
4.6. Elaboramos prototipos que nos ayuden a que las demás personas entiendan mejor nuestro proyecto	20
4.7. Sin clientes, no hay proyecto	24
4.8. Creamos redes de colaboración para hacer realidad nuestro proyecto	29
4.9. Con los ciclos de trabajo concretamos nuestro proyecto	31
4.10. Lideramos nuestro propio proyecto	34

Presentación de la guía:

La Estrategia de Género en Desarrollo de la Cooperación Española, no sólo es el instrumento fundamental para la aplicación efectiva en las políticas de desarrollo de la Ley para la igualdad entre hombres y mujeres.

También es el vehículo para conseguir una acción más eficaz en la aplicación del enfoque GED (Género en desarrollo) en todos los instrumentos de la Cooperación Española, y para progresar en el ámbito de coherencia de políticas entre los sectores del desarrollo y la igualdad.

El objetivo general de política sectorial de género en desarrollo es contribuir a alcanzar el pleno ejercicio de los derechos humanos y la ciudadanía de las mujeres mediante el empoderamiento.

Fundación Ciudadanía, con la metodología plasmada en estas siete guías de formación en capacidades emprendedoras, quiere contribuir a superar la brecha de desigualdad e injusticia que padecen las mujeres en sus relaciones de género, además de ser un buen instrumento educativo al servicio de la lucha contra la pobreza.

Promover estas iniciativas dentro de este marco de acción estratégica, contribuyen al pleno ejercicio de los derechos económicos de las mujeres y al fortalecimiento de procesos de cambio hacia la igualdad formal y real, persiguiendo garantizar el pleno ejercicio de los derechos sociales, civiles y políticos de las mujeres y las niñas.

Fundación Ciudadanía

I. ¿Qué es la Guía de Proyectos?

La Guía de Proyectos es una herramienta para la formación y el entrenamiento en emprendimiento.

II. Objetivos

Apoyar la formación de personas emprendedoras en el proceso de construcción de proyectos en paralelo al entrenamiento en capacidades emprendedoras.

III. Introducción a la guía

Esta Guía está creada a partir del Programa de Formación en Capacidades Emprendedoras Básicas y Capacidades Emprendedoras Empresariales. (Copyright Emprendedorex.com 2003), por Emprendedorex.com.

IV. Áreas de conocimiento emprendedor

A continuación presentaremos la lista de pasos que toda persona emprendedora debe dar, para dar cuerpo y concretar su proyecto. Completa la guía y estarás más cerca de que tu proyecto se haga realidad. ¡¡**Ánimo y adelante!!**

4.1. Defino mi proyecto.

Escribir los proyectos es el primer paso para hacerlos realidad.

La primera actividad que tenemos que realizar para comenzar a trabajar sobre un proyecto, es precisamente eso, definir con la mayor claridad posible en qué consiste el proyecto. Este ejercicio nos ayudará mucho a pensar en cómo contarlo a los demás y en definir aquellas partes que no tenemos tan claras sobre nuestra propia idea.

Tener un proyecto o una idea en nuestra vida, y trabajar todos los días para hacerlo realidad, es algo que se aprende y que al final reporta muchos beneficios a las personas con perseverancia. Te podría contar casos que tú conoces, que están presentes en nuestro país, proyectos llevados a cabo por personas como tú, personas que han triunfado en el deporte, que han tenido éxito en la empresa,

profesionales de prestigio, artistas, cantantes... todas ellas primero tuvieron en la cabeza una idea, un proyecto, un sueño. Y tú, ¿no podrías hacerlo igual? Si has llegado hasta aquí es porque has pensado ya una idea, cuéntanos en qué consiste, exteriorízala, será el primer paso para hacerla realidad.

¿Te cuesta trabajo hacerlo? Te ayudamos con unos ejemplos:

Soy Patricia. ¿Y cómo puedo contar mi idea? Seguro que alguien se reirá de mí, haré el ridículo o alguien me robará la idea... Pero si no la cuento, nadie me ayudará a hacerla realidad. Decididamente me animo y la cuento. La idea con la que siempre he soñado ha sido hacer una película y que la gente reconozca mi talento para contar historias... al principio me parecía algo inalcanzable, pero como las cámaras son ya tan baratas, y con Internet podemos llegar a mucha gente con poco dinero...

Soy Alma. A mí también me resulta difícil contar mi proyecto a la gente, normalmente uno no va por ahí contando sus sueños y las cosas que se quiere hacer...; pero hace tiempo me di cuenta que las personas que acaban haciendo realidad sus proyectos son aquellas que los cuentan, que hablan de ellos... Yo me atreví y lo escribí en una libreta, aunque aún no tengo bien claro cómo hacerlo, lo que realmente me gustan son los videojuegos y el mundo virtual. Mi idea es hacer videojuegos en software libre y crear una gran industria en torno a ello en Nicaragua y porque no, mas allá si se puede. No sé muy bien si puedo llegar a vivir de esto, pero desde luego es mi gran pasión.



Ejercicio 1. Yo no me voy a quedar atrás. Mi proyecto es:

Ejercicio 2. Es importante tener la máxima información posible sobre tu proyecto.

Busca información en Internet que pueda ayudarte a definir el proyecto y apúntala aquí. Puedes empezar buscando en Google tu idea y anotando los enlaces a los resultados que te parezcan más interesantes.

4.2. Los cambios de estados de ánimo están presentes en todo el proyecto.

Aprender a convivir con los estados de ánimo que nos afectan a la hora de trabajar en el proyecto es fundamental.



Es importante que observe esto y me dé cuenta que es algo que pasa a todo el mundo. Para realizar un proyecto hay que tener un estado de ánimo alegre, positivo. Si nuestras emociones no son buenas, si andamos con las baterías bajas, no tendremos fuerza para hacer el proyecto.

Cuando estamos contentas se ve que tenemos mucha más energía para enfrentarnos a todos los trabajos y actividades que son necesarias para hacer realidad el proyecto.

Los estados de ánimo se mejoran y trabajan mejor cuando estás con personas que comparten con vos las mismas aspiraciones, ideas, proyectos, sueños. Por eso te proponemos buscar personas dentro de tu entorno que puedan darte información de valor y que puedan tomar tiempo para escuchar tus ideas, estas personas pueden ser vecinos y vecinas, compañeros y compañeras de trabajo, compañeros y compañeras de clases, etc, con estas personas podrás compartir tus ideas, sueños y crear un solo impulso para que, en el caso en el que lo desees, puedas crear proyectos compartidos con otras emprendedoras que tengan intereses similares a los tuyos.

En las diferentes fases que van desde la idea hasta que el proyecto es realidad, observa y ten presente que pasarás por un conjunto de estados de ánimo diferentes: unas veces estoy animada, ¡emocionadísima! y avanzo muchísimo. Hay momentos en los que lo veo todo negro y me digo a mi misma: todo esfuerzo es inútil, no lo conseguiré. Y esa situación me paraliza durante días.

Acordémonos de Patricia y Alma, protagonistas de los ejemplos del área anterior y que nos acompañarán a lo largo de toda esta guía.

Para que Patricia y Alma concreten sus respectivos proyectos, necesitan una energía imprescindible. Necesitan trabajar para estar con un buen estado de ánimo. Por decirlo así, cuando se levanten por la mañana, deberán hacerlo con un ánimo positivo (optimista, alegre, decidido...) evitando caer presas del desánimo, de la resignación y desesperanza.

De todas formas, si nos levantamos con el pie izquierdo, debemos buscar algunos trucos que nos ayuden a seguir adelante con nuestro proyecto.

Lo vemos con ejemplos:

Patricia: Es una locura esto de hacer una película, nadie me pondrá mente ni nadie me va a ayudar... estoy afligida.

Luisa (es una amiga de Patricia; ella es estudiante de la carrera de sistemas en la FAREM en Estelí): ¡¡la chica con más talento del cine moderno!!, Has traído el vídeo de un minuto?

Patricia: claro Luisa, aquí está. Y tú, ¿has traído el boceto con el guión para hacer la próxima prueba?

Luisa Pues claro, ¡¡mi directora preferida!!

Y como un duende, el estado de ánimo negativo de Patricia ha desaparecido, ahí está en acción otra vez, proponiendo continuar con entusiasmo en el proyecto, estableciendo nuevos compromisos y avanzando con las colegas.

Alma. Lleva varios días pensando que eso de formar un grupo de gente que le gusta el videojuego y después reunirse para compartir emociones y vivencias, no le va a resultar, y más a una persona como ella que se encuentra desempleada.

Con esa preocupación se fue a pasar la tarde con un grupo de chicos emprendedores de la Factoría del conocimiento de ASDENIC. Allí se encontró con Helen, con la que compartió lo que le pasaba por la cabeza y le dijo: - Mira Alma, cuando tienes algo en la vida que vale la pena, y estás dispuesta a luchar por ello, acabarás encontrando alguna manera para vivir de ello. Las ideas más irreales acaban produciendo resultados increíbles si estás dispuesta a echarlas todas para conseguirlo.

Alma se preguntó, ¿Por qué no? Y esa simple conversación le ayudó a motivarse aún más con su proyecto y a empezar a creer que podría hacerlo realidad.

Sabiendo como ocurren los estados de ánimo, también podemos desarrollar una serie de técnicas para trabajar nosotras solas sobre ellos.

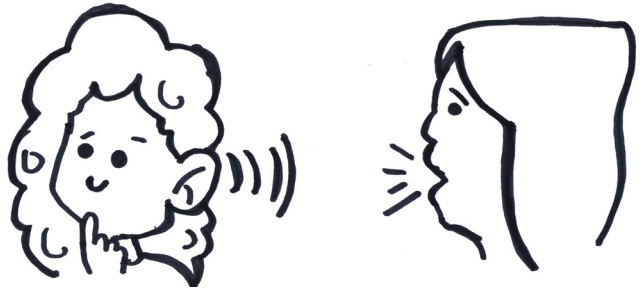
Pero en el trabajo sobre los estados de ánimo no hay recetas mágicas, lo que le sirve a Alma para salir de un estado de ánimo negativo puede ser que no le sirva a Patricia y al revés.

Como se suele decir, cada maestrillo tiene su librillo y tú tienes que averiguar cuál es el tuyo para recurrir a él en los momentos en los que, en el desarrollo de tus proyectos, sientas que te falte energía, decaiga tu ánimo y necesites un estímulo extra para seguir avanzando.

Te proponemos un juego fácil para trabajar los estados de ánimo que te ponen afligido y con las pilas bajas:

Escribe una frase para recordarla cuando estés en un estado de ánimo negativo y que te pueda ayudar a salir de él. Yo te digo la que utilizo cuando me pasa esto: puedo sacar adelante mi proyecto, otras personas lo han hecho en situaciones peores que la mía.

Cuando estoy con otras personas: pregunto, escucho e interiorizo. Y en ese proceso empiezo a ver las oportunidades para mi proyecto. Un buen proyecto se inicia en el escuchar una queja, una inquietud, un malestar, un problema... que tiene mucha gente. Y se crea en la búsqueda de una solución para ese problema.



Para eso tenemos que escuchar de primera mano, y si es posible de la boca de la gente, si el proyecto o la idea que estamos trabajando aporta cosas de valor para las personas a las que va destinado. Escuchar no sólo se hace hablando y con los oídos, también se escucha leyendo (libros, periódicos, revistas), viendo la tele, entrando en internet...

Lo vemos con ejemplos:

Patricia. Con un grupo de compañeros y compañeras de su universidad: ahora les cuento mi idea....; ¿quiénes de ustedes estarían dispuestos a participar en ella? ¿comprarían la película? ¿cómo podríamos hacerlo juntas? ¿qué podrían aportar?... Ahora los y las escucho atentamente... En el escuchar las visiones y aportaciones, Patricia observa como el proyecto va creciendo y ganado en calidad. Juana (una compañera de clase) comenta: y ahora estaría bien que preguntáramos y escucháramos que dice la gente de afuera en la calle acerca del proyecto. ¡¡Excelente idea!!!

Patricia hablando con la gente a la que va dirigido su producto: les voy a contar de qué trata mi película... y ahora, estarían dispuestos a ver la película y comprarla... ¡¡díganme!!!

Alma. Cargada de optimismo, se ha lanzado a preguntar a sus amigas y conocidas: ¿formarías parte del grupo de trabajo? ¿participarías en los trabajos para crear un videojuego? ¿comprarías un videojuego para formar en valores y capacidades emprendedoras? En la escucha de las respuestas, Alma va descubriendo posibilidades hasta ese momento inexistentes.

Ahora te proponemos que lo apliques a tu proyecto:

Ejercicio 4. ¿Qué necesidades cubre tu proyecto? ¿Por qué le va a interesar a la gente tu proyecto?

Ejercicio 5. A qué personas o en qué lugares has escuchado que la gente necesita lo que vas a ofrecer (da exactamente igual lo que ofrezcas). Escríbelo aquí.

Ejercicio 6. Pregunta ahora a 3 personas las cosas que necesitan en relación con tu proyecto. Pregúntales qué les parece y en qué podría ayudarles tu proyecto. Anótalo a continuación:

Persona 1

Persona 2

Persona 3

4.4. Descubriendo lo que la gente necesita, puedo hacer ofertas a esas personas.

El secreto del éxito del proyecto depende de su adaptación a los gustos, deseos, necesidades, aspiraciones... de las personas a las que va dirigido. Sintonizar lo que quiero ofrecer con lo que la gente está dispuesta a adquirir, salvo raras excepciones no ocurre a la primera vez. La escucha practicada a la gente a la que va dirigido el proyecto, va posibilitando el desarrollo de una oferta que se ve enriquecida en este proceso.

La clave es escuchar y ofrecer. En las actividades del proyecto hemos aprendido a ofrecernos cosas, para luego poder hacerlo con la gente de la calle. Trabajamos esto porque en nuestro país la gente no está acostumbrada a hacer ofertas. Por eso, al principio, todos sentimos un poco de “pena”, estamos un poco “inseguros” cuando hacemos una oferta. Esto nos hace perder muchas oportunidades.

Prueba a hacer ofertas, cuando hayas repetido el ejercicio muchas veces te sentirás bien. La peor oferta del mundo es la que nunca hacemos. Lo vemos con Patricia y Alma.

***Patricia.** Sin duda que la escucha de preocupaciones de la gente en la calle, ha desembocado en que Patricia con un grupo de amigas y amigos esté trabajando en una oferta que consiste en la realización de una película dirigida a ayudar a personas que están solas en el mundo y necesitan ayuda...; algo impensable en un principio, que ha tomado cuerpo fruto del escuchar y conversar.*

***Alma.** El proyecto de Alma también ha sufrido una gran transformación desde sus inicios, fruto de los aportes de otras personas. Su proyecto ha derivado hacia una oferta para crear un videojuego que en lugar de promover la violencia, pueda fomentar valores relacionados con la formación para el emprendimiento, algo que se ha dado cuenta que está demandando tanto los padres, como el propio sistema educativo. Ya está: un juego que a través de las emociones y la acción ayude a la gente a ser más emprendedora.*

Ejercicio 8. Te toca; has escuchado y descubierto lo que le falta y necesitan tus clientes (personas a las que va dirigido el proyecto), y ahora estás en disposición de hacerles una oferta. Escríbela a continuación:

Ejercicio 9. Ahora mira en Internet si hay alguien que ofrece lo mismo que tú. Anota aquí su web y un pequeño resumen de en qué consiste su oferta.

4.5. Aprendemos a contar nuestro proyecto para seducir al mundo; trabajamos la narrativa del proyecto.

Un vez que tengo claro lo que quiero ofrecer con el proyecto, es necesario que lleve esa oferta los clientes muy bien contada, a través de una narrativa que les resulte atractiva.



Una buena narrativa es saber contar bien el proyecto para seducir y conquistar a nuestro cliente. Ten muy presente que no hay seducción si el cliente, al contarle el proyecto, no le queda muy claro lo que va a ganar: aquellas aspiraciones que puede ver cumplidas, solución a sus problemas, cuidado de sus intereses... Para construir una narrativa consistente de tu proyecto dicha narrativa debe responder a las siguientes preguntas:

¿Qué? La narrativa debe contener una explicación clara y concisa de en qué consiste mi proyecto.

¿Por qué? En la narrativa debemos identificar qué necesidad del mundo o del resto de la gente cubre mi proyecto.

¿Para quiénes? Debemos indicar quiénes son las personas que recibirán el beneficio o la acción de nuestro proyecto. Más adelante veremos que esos son los clientes de mi proyecto.

¿Con quiénes? ¿Qué personas u organizaciones nos acompañarán en el proceso?

¿Cuándo y dónde? Cuántos más datos demos en nuestra narrativa más potente será y más confianza generará sobre aquellas personas que la escuchan.

Vemos cómo lo hacen Patricia y Alma:

Patricia con sus compañeras de proyecto se aventuran a programar una reunión con un distribuidor de productos multimedia: “nuestro proyecto representa una ayuda para las personas que están solas, un gran apoyo...; una respuesta a un problema presente en las sociedades avanzadas de nuestro siglo...; una necesidad aún no cubierta que Usted y nuestro equipo, unidos en este proyecto podríamos convertir en oportunidad para muchas personas, además de un negocio....”

Alma está contando el proyecto a una empresaria de nuevas tecnologías: “imagínate un videojuego para la nueva asignatura que entrará en vigor en Nicaragua este año, algo impactante y cercano al mundo de los jóvenes de hoy, en lugar de estudiar en

Ejercicio 11. Comparte la narrativa con dos compañeras y pregúntales qué cambiarían, qué no se entiende bien. Anótalo.

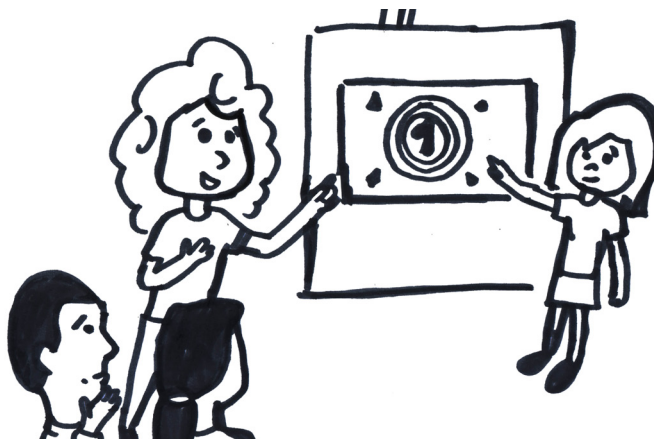
Ejercicio 12. Reescribe la narrativa con las aportaciones de las compañeras:

4.6. Elaboramos prototipos que nos ayuden a que las demás personas entiendan mejor nuestro proyecto.

Hemos observado como el éxito de vender la idea y el proyecto, está en relación con que el cliente pueda ver lo que le estamos ofreciendo, incluso antes de que esté fabricado o producido.

Para vender la idea o el proyecto, hay que acompañar la narrativa con algo más que palabras y papeles, tenemos que fabricar algo para que los demás puedan ver, sentir y tocar nuestro proyecto. Este es el principal trabajo de la emprendedora y el proyecto en su fase inicial.

Da igual la idea o el proyecto con el que estamos trabajando (agricultura, ganadería, cultura, comercio, industria...). Piensa como puedes hacer una prueba y hazla, sólo de esta manera podemos saber si el cliente va a aceptar. Después muéstraselo. Una imagen vale más que mil palabras, un prototipo más que diez mil imágenes.



Vemos cómo les va a Patricia y a Alma con los prototipos:

Patricia. Y para que Usted pueda tener una prueba clara de lo que le estoy ofreciendo, vamos a ver un vídeo de dos minutos de la producción multimedia de nuestro producto... Ahora lo veo claro, en cuanto tiempo podrían tener la producción completa, lista para su distribución...; nuestro equipo está trabajando ahora en eso, si conseguimos los recursos y apoyos que estamos esperando, estaríamos hablando de 6 meses para la primera versión.

Alma. Alma, se ha organizado con el equipo encargado del proyecto para elaborar un prototipo, para ello Juana, que es diseñador informático, ha creado un soporte web de programación ...; Andrea ha dibujado los escenarios y los personajes del videojuego...; Cindy que es una experta docente ha adaptado los guiones...; Yesbell ha puesto la música... Están todas emocionadas porque pueden ver algo que se va pareciendo a lo que tenían en sus cabezas; esto les da mucho ánimo para continuar trabajando en el proyecto.

Un prototipo se puede hacer de un servicio web, de un nuevo producto multimedia, de un nuevo servicio social, de un libro, en definitiva de cualquier cosa.

Ahora te toca a ti ponerte a trabajar para construir el prototipo de tu idea o proyecto.

Reuniones que haré para llevar el prototipo a mis clientes:

Ejercicio 14. Busca en Internet cómo conseguir todo aquello que necesites para hacer tu prototipo y si hay algo en el mercado similar a lo que quieres mostrar:

4.7. Sin clientes, no hay proyecto.

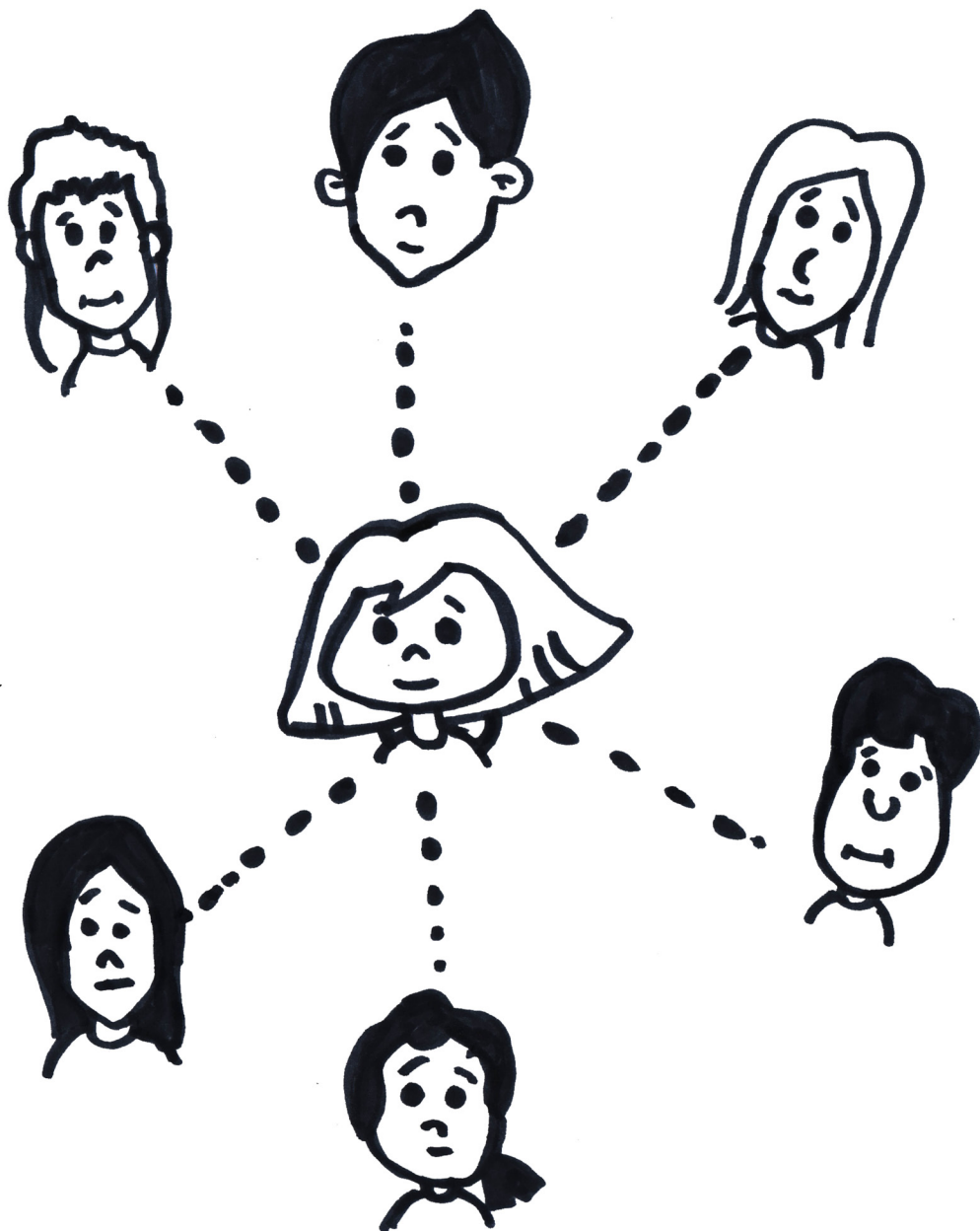
Hacer el proyecto realidad es un trabajo de hablar, escuchar y hacer ofertas a los clientes. El cliente es el centro de la acción.

Las tareas principales para realizar nuestro proyecto son el trabajo con los clientes del mismo.

Cliente es cualquier persona que nos puede ayudar a hacer realidad nuestro proyecto.

Son clientes las personas que pueden comprar o usar lo que vamos a producir, las personas que pueden poner dinero para materializarlo, las que hacen cosas parecidas a nosotros, las que nos pueden abastecer para poder producir o generar el servicio, las que hablan bien de lo que hacemos, etc..

¡¡Cualquier persona del mundo puede ser nuestro cliente!!!!



Hay varios tipos de clientes, dependiendo de cómo pueden relacionarse con Nosotros y nuestro proyecto:

1. Las personas que pueden comprar o adquirir mi oferta son clientes compradores, finales o destinatarios.
2. Las personas que pueden poner dinero o recursos son clientes financiadores.
3. Las personas que hacen ofertas similares a la mía son clientes competencia.
4. Las personas que me proveen de lo necesario para hacer la oferta son clientes proveedores.
5. Las personas que recomiendan que se adquiera mi oferta son los llamo clientes difusores.

¿Habrán identificado a sus clientes Patricia y Alma?:

Patricia. *Ya tengo la opinión de varias personas que han mostrado su interés por comprar el producto, los actores y actrices que trabajarán, las personas que montarán el vídeo...; las alianzas con otras empresas productoras, ¡ah! y el apoyo de Rodrigo Mántica de Mántica Waid ¡que lo recomendará en su próxima rueda de prensa!*

Alma. *Lo tengo claro, primero estoy trabajando con las empresas productoras de videojuegos, la gente del MINED, Algunas ONG y agencias de cooperación que pueden financiar la idea y he conseguido identificar y hablar con otras personas que como yo tienen ideas y tiempo para dedicar al proyecto, entre todos hemos conocido a personas reconocidas que van a recomendar nuestro producto; los medios de comunicación pueden ser unos grandes clientes difusores y por supuesto la gente del software libre; ¡cuánta gente se puede relacionar con mi proyecto!*

Aplica ahora el concepto de cliente a tu proyecto, te ayudará mucho, ya verás:

Ejercicio 15. Escribe a continuación los clientes que necesitas que participen en tu proyecto junto a su contacto (mail, teléfono, etc.):

Cientes compradores

datos de contacto

Cientes financiadores

datos de contacto

Cientes competencia

datos de contacto

Cientes proveedores

datos de contacto

Cliente difusores

datos de contacto

Ejercicio 16. Una vez que has hecho una primera búsqueda de los clientes de tu proyecto, busca en el Internet si hay alguno que no hayas considerado y apúntalo a continuación.

Cliente

Tipo de cliente

Datos de contacto

4.8. Creamos redes de colaboración para hacer realidad nuestro proyecto.

Una persona sola, por sí misma no puede hacer nada relevante, y menos llevar a la práctica un proyecto o una idea importante. Para conseguir eso necesitamos una red de personas que colaboren con el mismo objetivo.



Como sabemos que la creación de redes de colaboración es un tema vital a la hora de concretar proyectos.

Podemos definir una red de colaboración, como un conjunto de personas que comparten una idea, un proyecto, una aspiración, una ilusión, un futuro común y se unen y establecen compromisos para hacerlo realidad.

Para que una red funcione, todas las personas que pertenezcan a ella tienen que ganar algo. No necesariamente tiene que ser algo material, estamos hablando también de reconocimiento, felicidad, satisfacción, etc...

Para que la red en torno a tu idea o proyecto funcione, las relaciones entre las personas han de fundamentarse en la confianza, y esta a su vez se basa en el cumplimiento de los compromisos adquiridos y en la sinceridad.

Las redes son como seres vivos que nacen, crecen, se reproducen y mueren, y una de las misiones más importantes que tiene una emprendedora es esforzarse en crear nuevas redes entorno a su proyecto y ¡¡evitar que muera!!

Lo vemos con los ejemplos de nuestras amigas:

Patricia. Con el equipo de personas con el que estoy trabajando, estableceremos los compromisos de los que se tiene que hacer cargo cada persona para que el proyecto avance, las encargadas de la imagen, los actores y actrices, las montadoras, las encargadas del prototipo, las que llevan la oferta al cliente. ¡Qué gran equipo!

Alma. El equipo que está haciendo conmigo el proyecto está formado por las programadoras, las diseñadores y dibujantes, las encargadas de la música, las expertas en contenidos, las expertas docentes, etc...; estamos trabajando en sintonía con todos los clientes del proyecto (compradores, competencia, proveedores, financiadores, difusores), para la creación de la gran red del Gran Juego del Emprendimiento.

El éxito del proyecto se basa en la búsqueda de alianzas y en la participación. Ten en cuenta que la red del proyecto la forman el equipo encargado de hacer el proyecto y los clientes que vimos en el paso anterior.

¿Qué personas vas a dar participación en tu proyecto? ¿Quiénes te van a ayudar a hacerlo? ¿Cómo vas a hacerlo en las diversas actividades?

Ejercicio 17. Define ahora la red de tu proyecto:

1 Personas que necesitas

2 ¿Para qué la necesitas?

3 ¿Qué compromiso vas a establecer con ella dentro de la red?

1 _____ 2 _____ 3 _____

Ejercicio 18. ¿Te falta alguna persona u organización? Busca en Internet y anótalo aquí:

1 Personas que necesitas

2 ¿Para qué la necesitas?

3 ¿Qué compromiso vas a establecer con ella dentro de la red?

1 _____	2 _____	3 _____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

4.9. Con los ciclos de trabajo concretamos nuestro proyecto.

Un proyecto, es una red de personas que quieren hacer una misma cosa, realizando trabajos en la práctica para hacerlo realidad.

Recuerda: un proyecto es dos o más personas hablando de algo que les interesa y comprometiéndose a hacer cosas por ello. Aquí vamos a aprender a diseñar y realizar correctamente el trabajo en torno a una idea o proyecto.

En el proyecto pedimos a otras personas de nuestra red de ayuda y clientes que hagan algo para nosotros, y a la vez nosotros hacemos algo para ellos. En este pedir y hacer avanzamos en él. Y, finalmente, así hacemos el proyecto. Y esto pasa de la misma forma en todos los lugares del mundo, con todas las personas que están haciendo proyectos.

Pero, ¿cómo pasa el trabajo? ¿cómo se hacen todas las cosas que nos rodean? Siempre se sigue el mismo esquema; es lo que se llama el ciclo de trabajo y podemos describirlo y representarlo de la siguiente forma:

1. Pedimos a otra persona (cliente), que haga algo (alguna tarea de nuestro proyecto) por nosotros.
2. Negociamos con la otra persona las condiciones de realización de lo que hemos pedido que haga (es decir, las características de lo que le pedimos: formato, cantidad, calidad, forma de entrega, plazo de entrega, precio).
3. La otra persona (cliente) acepta.
4. Damos el tiempo acordado a la otra persona para que haga el trabajo.
5. La otra persona nos entrega el trabajo.
6. Vemos si el trabajo se corresponde con lo pactado.
7. Decimos a la otra persona si lo entregado está conforme o no con lo negociado.
8. Si es sí: el trabajo está terminado y todo conforme. Si es no, pedimos que se vuelva a hacer el trabajo.

Escuchamos ahora a Patricia y a Alma:

Patricia. Una vez identificada la red de clientes y aliados del proyecto, estableceremos pedidos, negociaremos las condiciones para hacer el trabajo, comprobaremos que lo que se pide se realiza correctamente. De esta manera vamos dando forma al proyecto.

Alma. Y ahora establecemos el trabajo que tiene que hacer cada miembro del equipo, los pedidos, las condiciones de realización, los tiempos de entrega; todas estamos haciendo trabajos que nos piden otros miembros del equipo, y a la vez pedimos a las otras personas que hagan algo por nosotros.

Ahora nos toca establecer qué cosas tenemos que pedir a los clientes y a nuestra red de ayuda para que el proyecto avance y se haga realidad.

Lo aplicamos a nuestro proyecto:

Ejercicio 19.

1 Personas a las que hay que pedir que hagan cosas.

2 Pedidos que hay que hacer a cada persona.

1 _____	2 _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

4.10. Lideramos nuestro propio proyecto.

El liderazgo es un fenómeno asociado a la sensibilidad por los problemas de los demás, a la escucha, a la realización de ofertas, al cumplimiento de compromisos y el trabajar para que los otros tengan más oportunidades.

Para hacer un gran proyecto debes poner estas prácticas en todo lo que haces. Tú eres la auténtica protagonista. ***¡¡Lidera tu proyecto!!!***

Todas podemos aprender a liderar proyectos; no tienes más que aplicar a rajatabla todos los pasos que hemos descrito anteriormente:

- 1- Pórtate sensible a los estados de ánimo de quienes te rodean y cuídalos.
- 2- Comprométete en hacer las cosas para solucionar problemas de la gente.
- 3- Crea compromisos y siempre cumple tu parte.
- 4- Crea proyectos donde tus clientes y tu red de alianzas gane.
- 5- Realiza correctamente los ciclos del trabajo.
- 6- El liderazgo no debe ser entendido como algo malo. No es ser un tirano, no es someter a la gente y dominarla. Liderar es abrir oportunidades para el equipo del proyecto y los clientes, a medida que concretas tu proyecto.

En ejemplos:



Patricia. En todos los procesos de trabajo con mi red de aliados y clientes, cuidaré para que todos y todas tengan ventajas conmigo en el proyecto, crearé oportunidades para que ganen, me haré cargo de sus estados de ánimo y los cuidaré, cumpliré mis compromisos.

Poniendo esto en práctica siento que estoy ganando personal y profesionalmente, en esta senda, además, estamos haciendo realidad la creación de un nuevo producto con el que muchas personas se sienten identificadas.

Alma. Con la puesta en práctica de estos consejos, yo también estoy liderando mi proyecto, el soñado juego de las capacidades emprendedoras es algo que comienza a ser tangible para muchas personas.

Ejercicio 20. Y tú, qué acciones vas a tomar para liderar el proyecto. Escríbelo aquí:

¿Qué le falta a la gente que le puede dar mi proyecto?:

¿Qué es lo que provoca ganas de ponerse al frente del proyecto?:

¿Qué compromisos voy a establecer con clientes y aliados?

¿Cómo voy a hacer que se cumplan los compromisos?:

¿Qué ganan los clientes y aliados con el proyecto?:

¿Cómo voy a cuidar el estado de ánimo de las personas?

«Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y de la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP). Su contenido es responsabilidad exclusiva de FUNDACIÓN CIUDADANÍA, y no refleja necesariamente la opinión de la AECID o de la FIIAPP».

