

IICA



Avance 2

AGENCIA DE COOPERACION IICA COLOMBIA

EL PROCESO DE AJUSTE ORGANIZACIONAL A NIVEL DE LA AGENCIA DE COOPERACION

ESTRATEGIA

ORGANIZACIÓN

OPERACIÓN

Bogotá, diciembre 2000

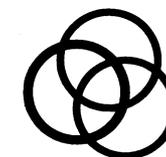
Mario Infante O.

22106 - 1111
1000
12345
1111
1111



AGENCIA DE COOPERACION EN COLOMBIA

ORIENTACIONES ESTRATEGICAS 2000 2001



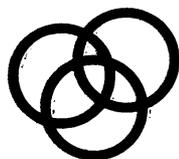
CENTRO DE INFORMACION
Y DOCUMENTACION
"RODRIGO PEÑA"
IICA-COLOMBIA

This One

STE5-JXK-JLJY
Digitized by Google

MISIÓN	Brindar servicios de cooperación de excelencia e impacto para la agricultura y el medio Rural.
VISIÓN	Ser una organización de aprendizaje continuo con entidad propia y capacidad de convocatoria y alianzas; que impulse intervenciones estratégicas y ejecuten programas y proyectos innovadores de cooperación para el desarrollo sostenible de la agricultura ampliada y (el) (su) medio rural, a partir de la realidad nacional con perspectiva interamericana.
PROPÓSITO ESTRATÉGICO	Organización de aprendizaje para el desarrollo sostenible.
POSICIONAMIENTO	Socios en el desarrollo sostenible. 

OBJETIVOS



Objetivo 1. Promover y ejecutar programas y proyectos de cooperación en desarrollo rural y competitividad, conforme a los siguientes ámbitos estratégicos: 1) Forestal, 2) Agricultura, 3) Sanidad e inocuidad de alimentos, 4) Acuerdos y estudios de competitividad y cadenas productivas, 5) Agroindustria rural y MER, y 6) Nueva institucionalidad.

Objetivo 2.- Impulsar iniciativas e interacciones estratégicas y acciones de cooperación en el manejo del Plan Colombia.

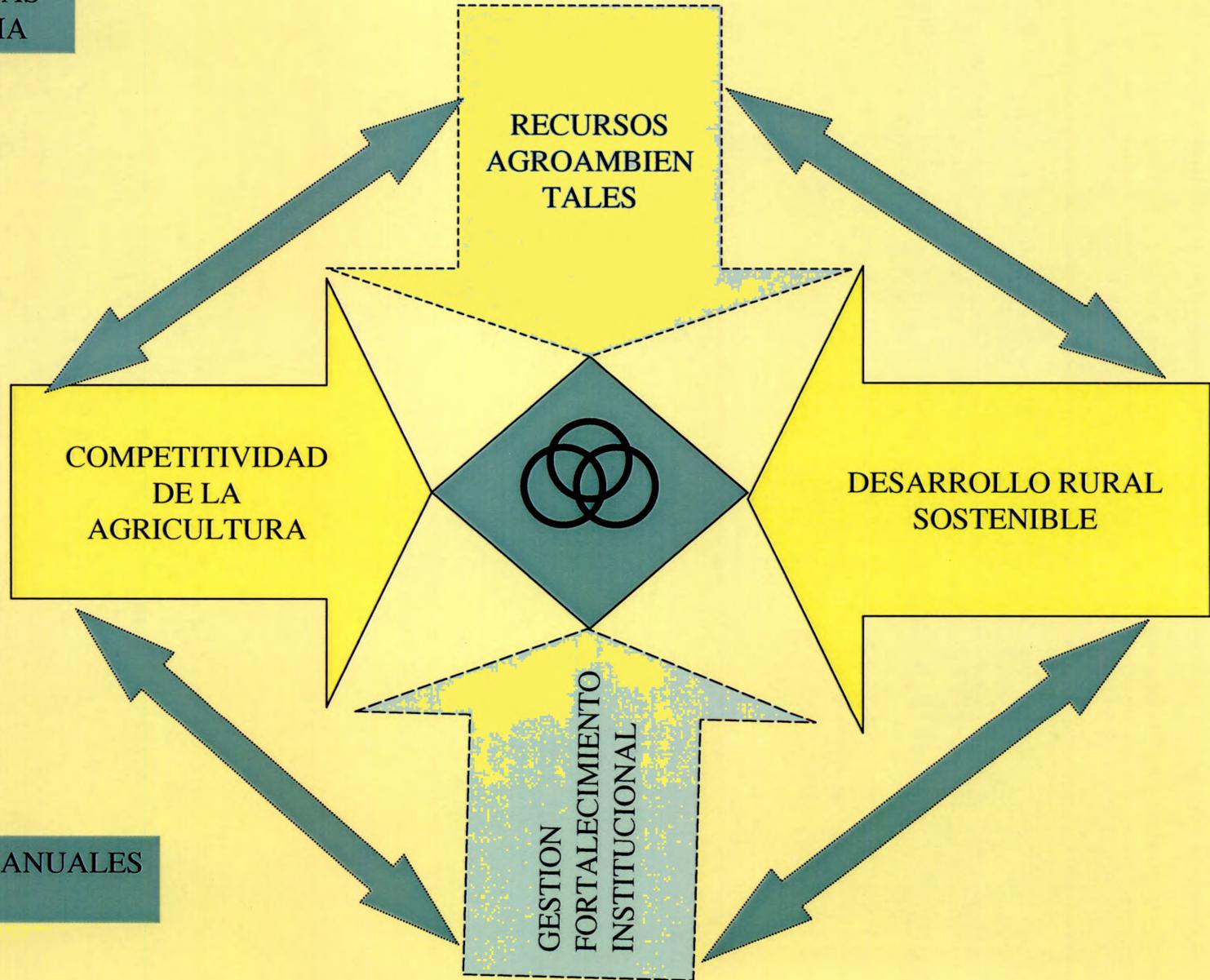
Objetivo 3.- Desarrollar el capital humano para el desarrollo rural y la competitividad, a través de procesos innovadores de aprendizaje mediante alianzas.

Objetivo 4 .- Promover la sinergia de los actores clave de los sectores público y privado para el desarrollo sostenible de la agricultura y el medio rural.

Objetivo 5.- Conformar y fortalecer la red nacional e interamericana de centros de información, información y documentación para el desarrollo rural y la competitividad.

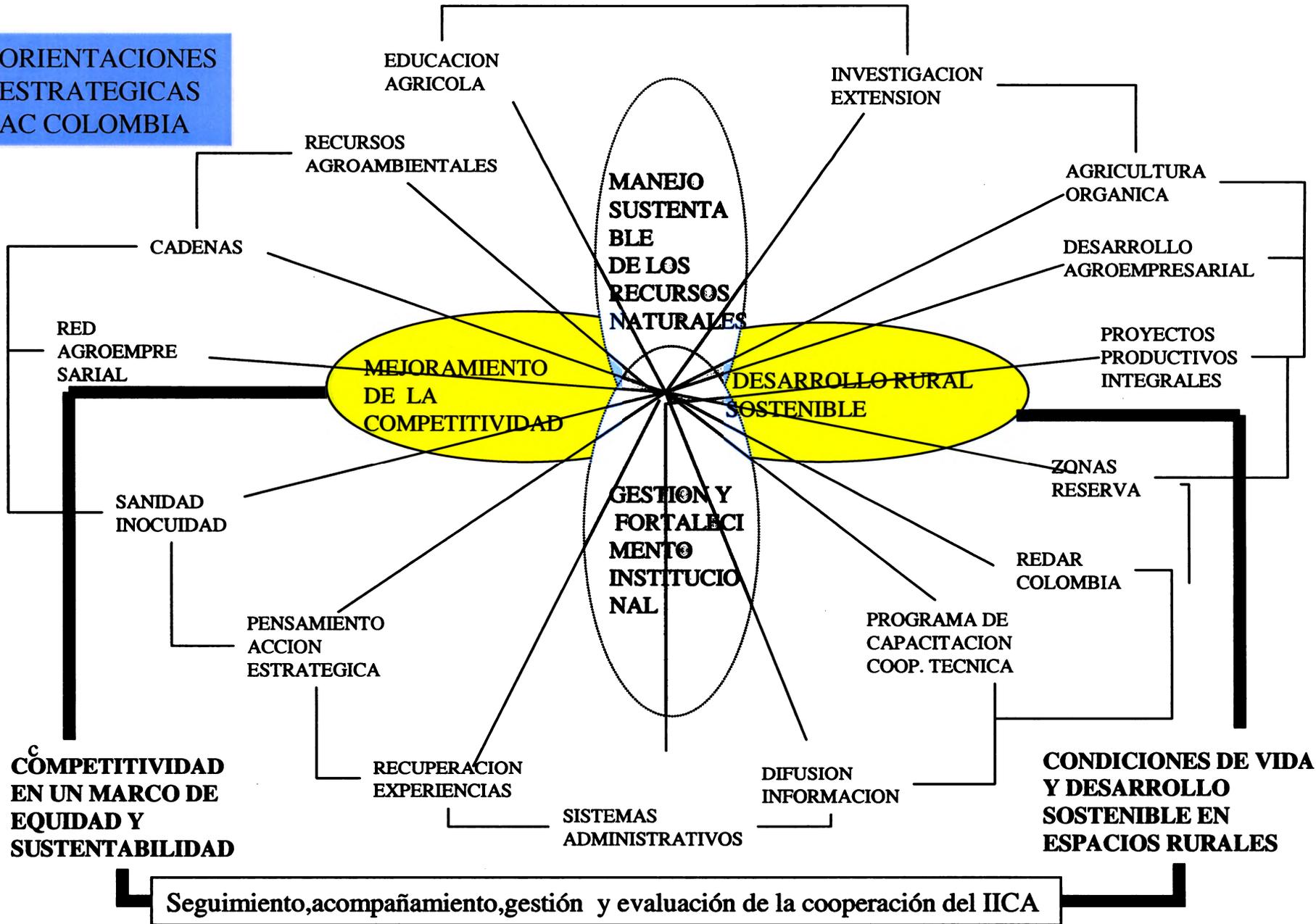
Objetivo 6.- Construir una nueva imagen e identidad institucional para el posicionamiento de la AC.

ORIENTACIONES
ESTRATEGICAS
AC COLOMBIA

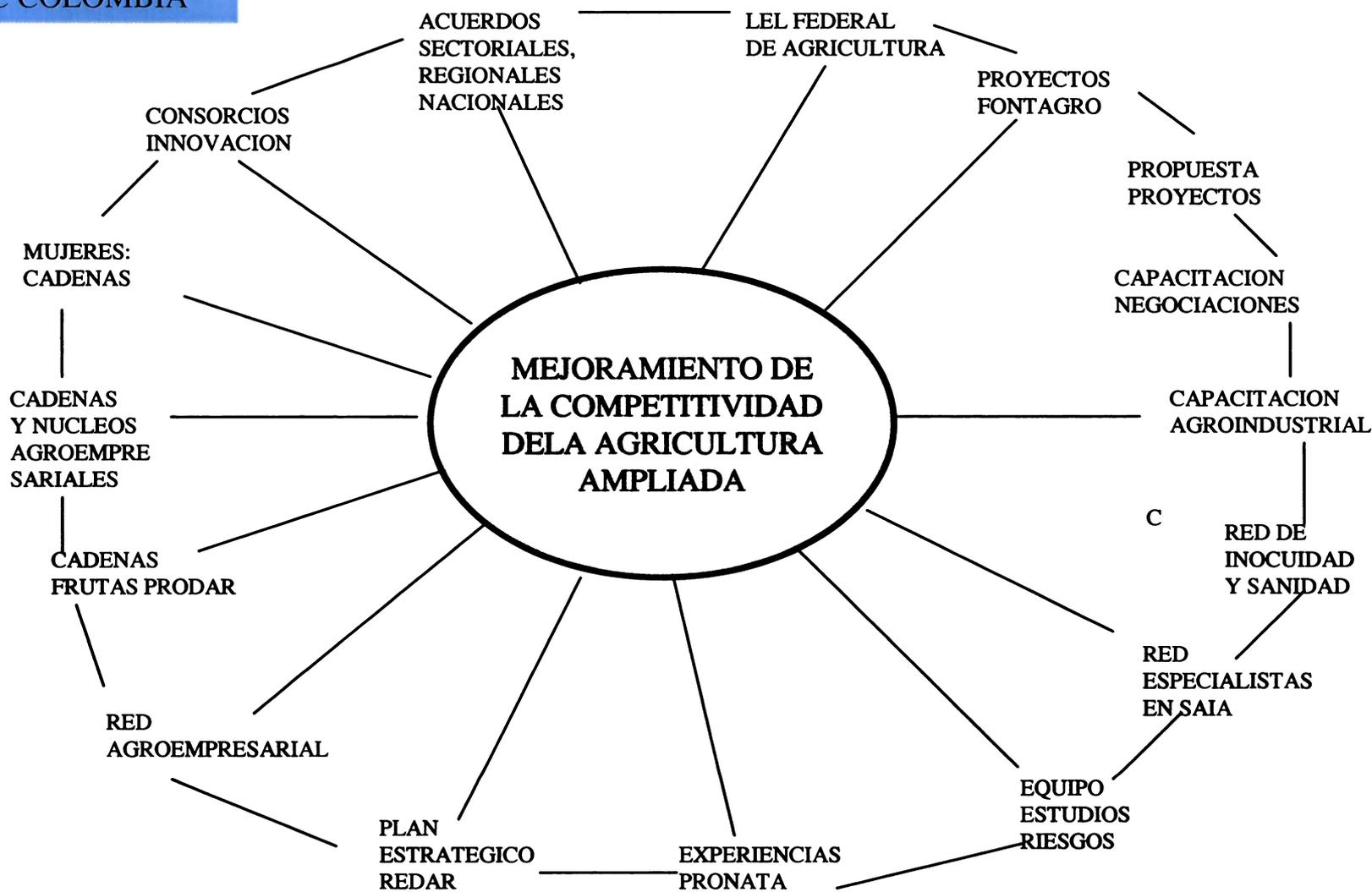


PRIORIDADES ANUALES
2000 2001

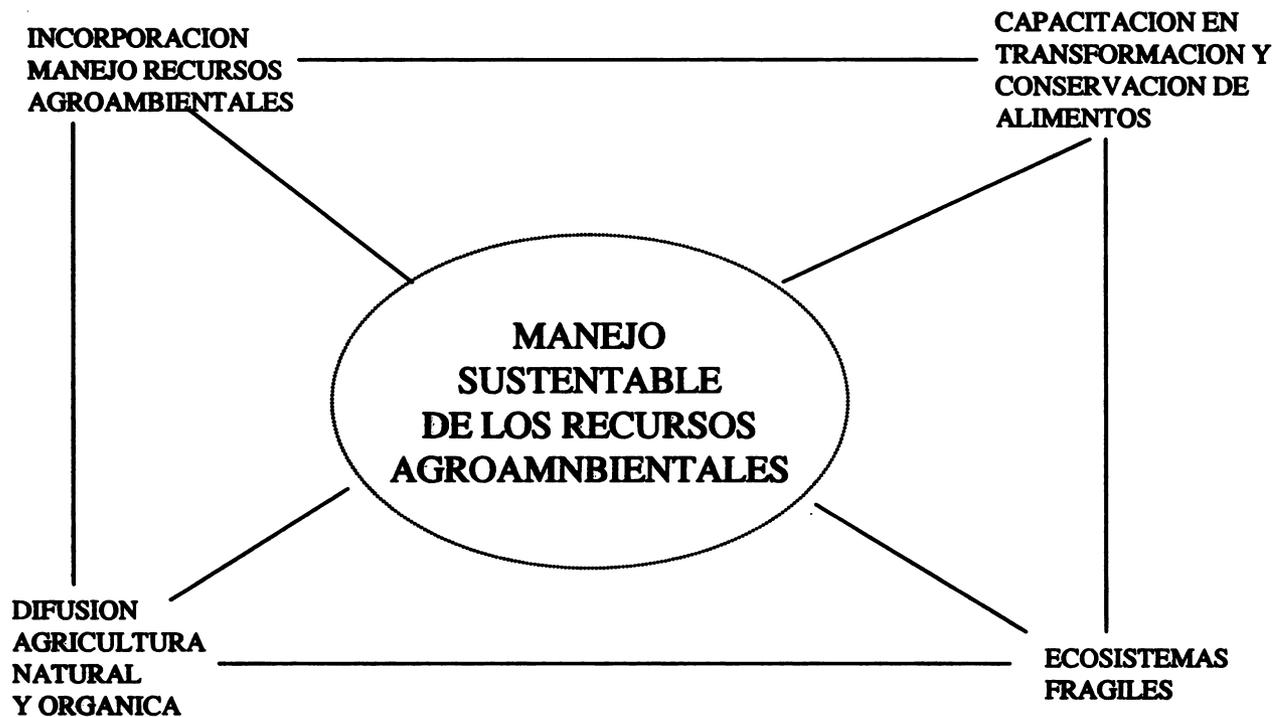
**ORIENTACIONES
ESTRATEGICAS
AC COLOMBIA**



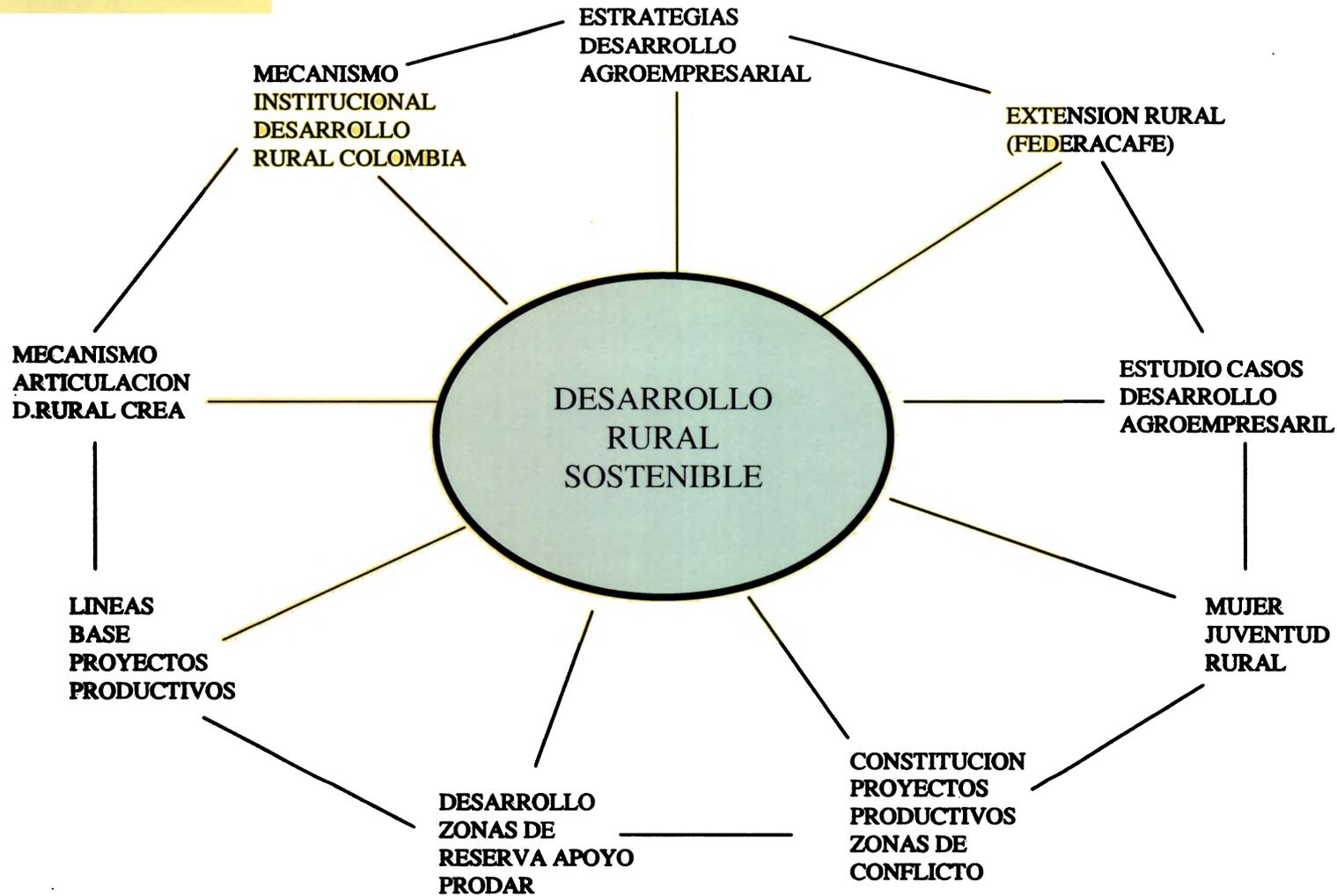
HACIA LA CONVERGENCIA DE TEMAS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001

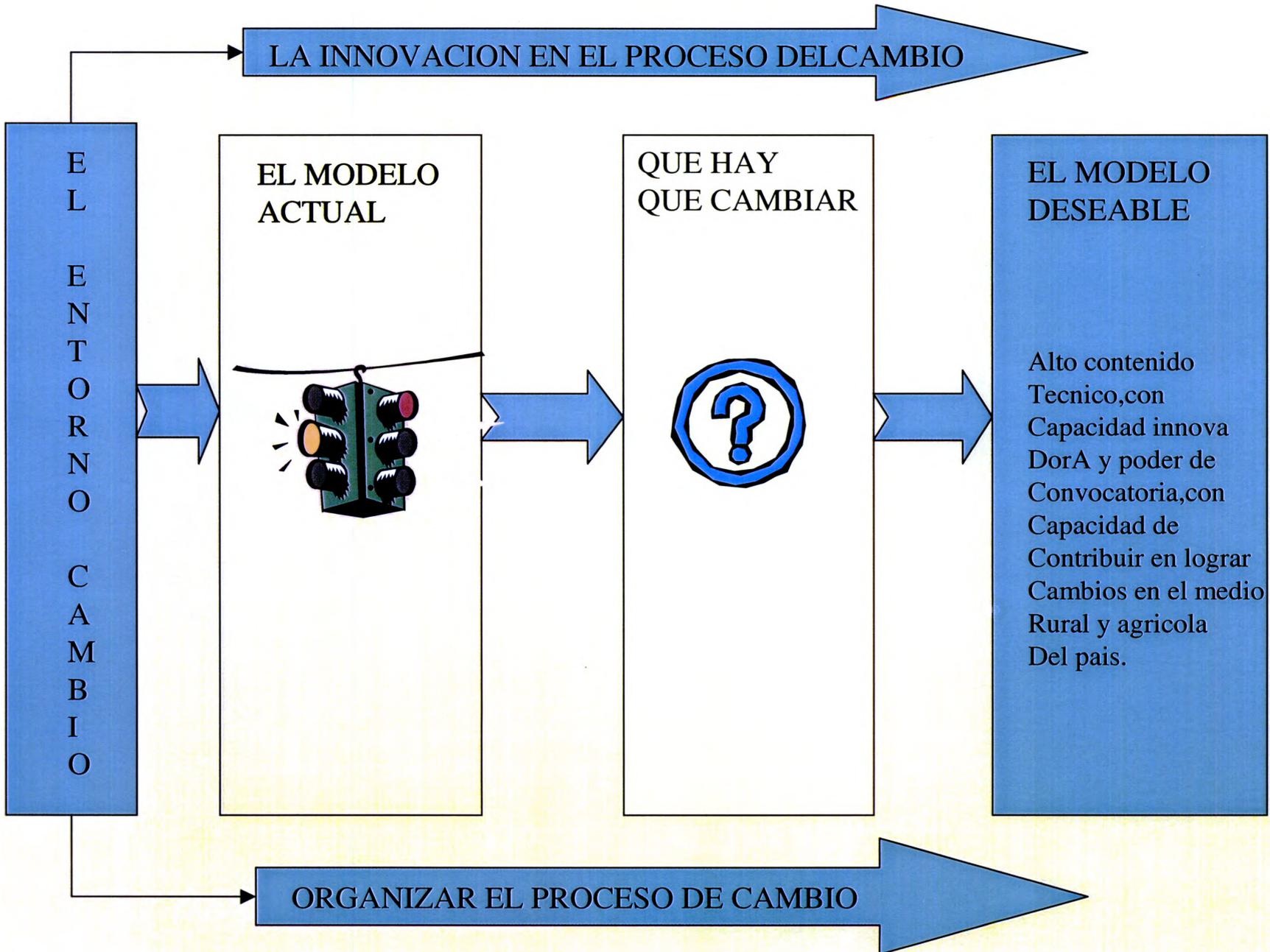


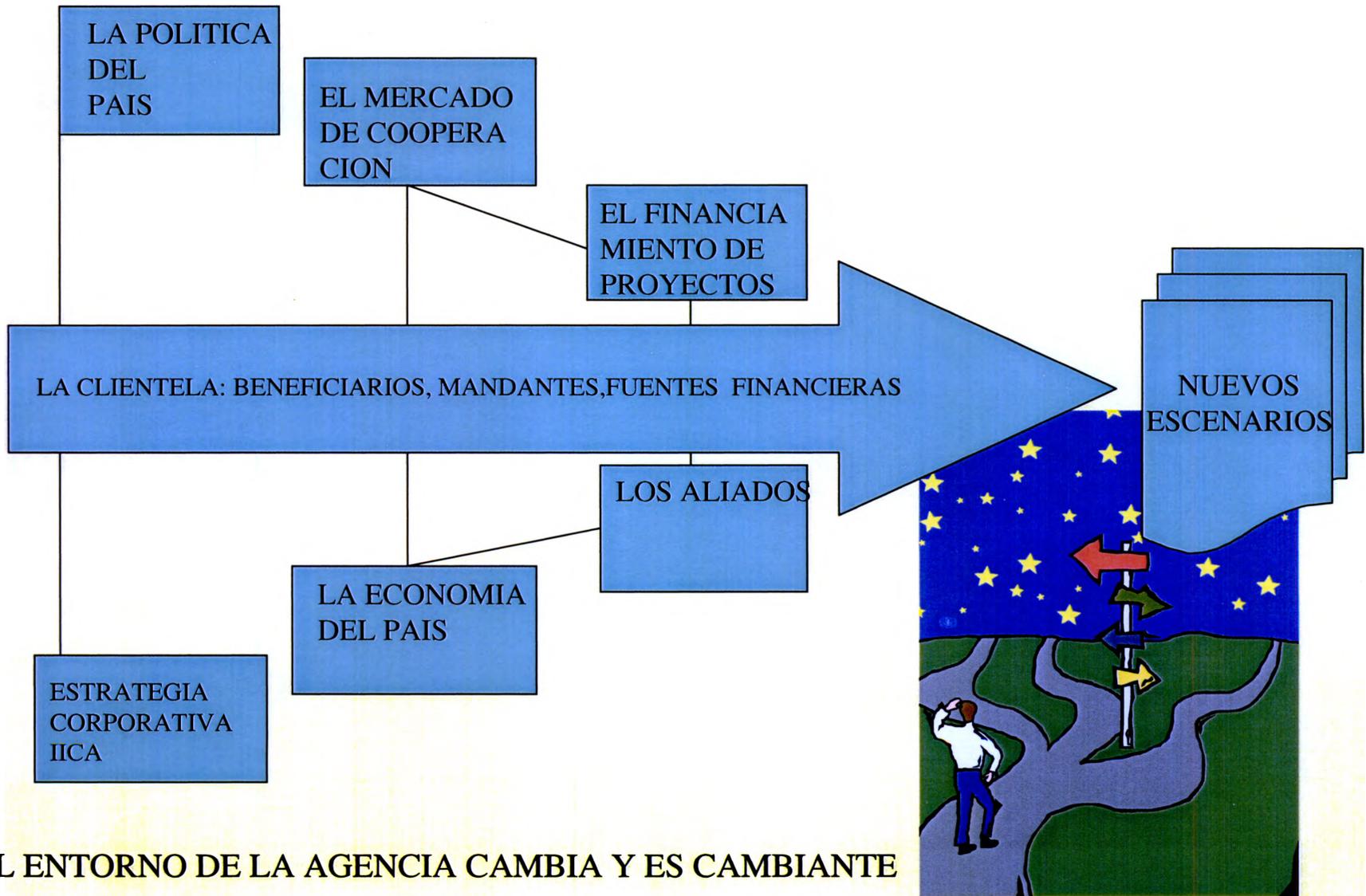
RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001

**NECESITAMOS AJUSTAR
LA ORGANIZACIÓN
DE LA AC?**

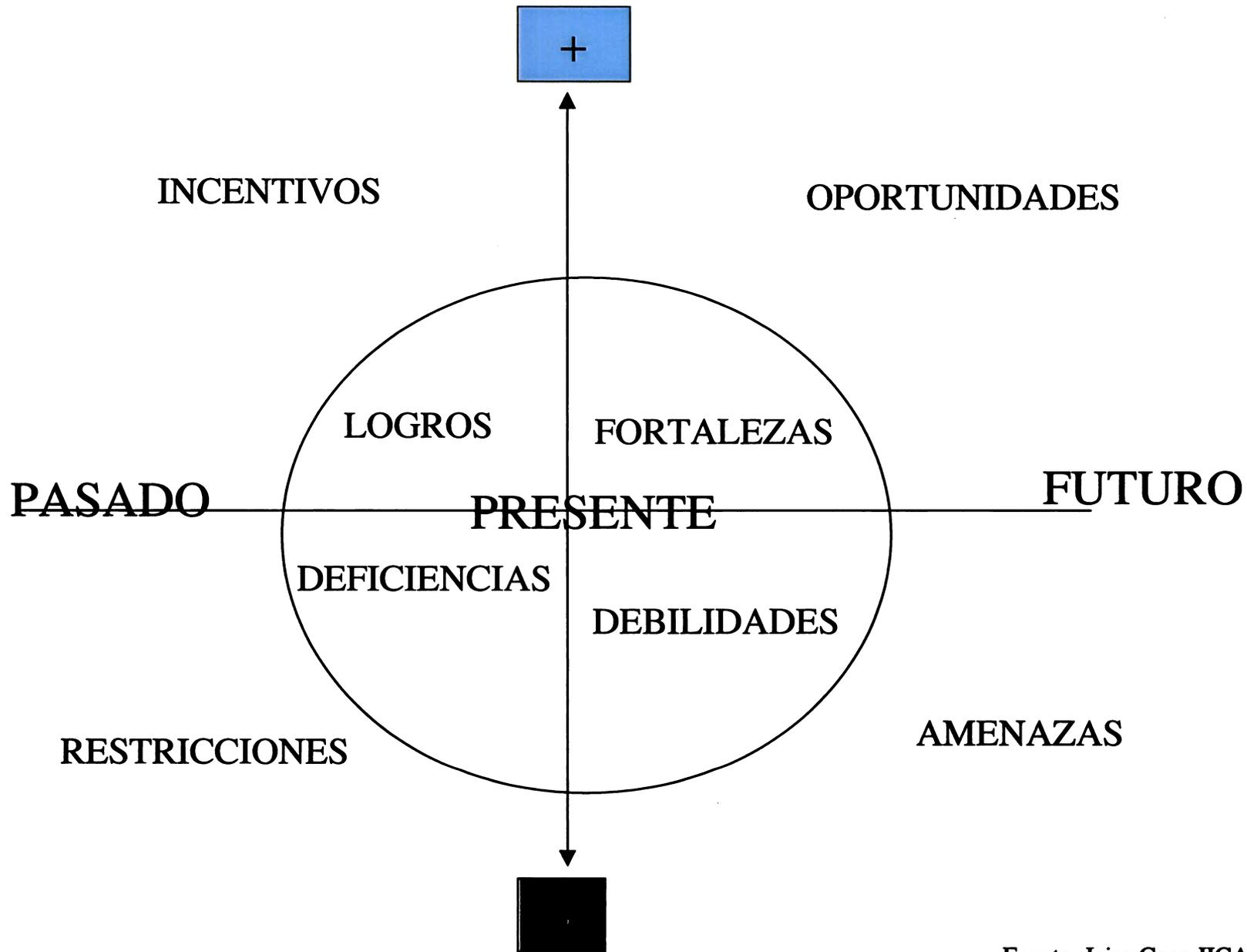


Las Lecciones de la Rana

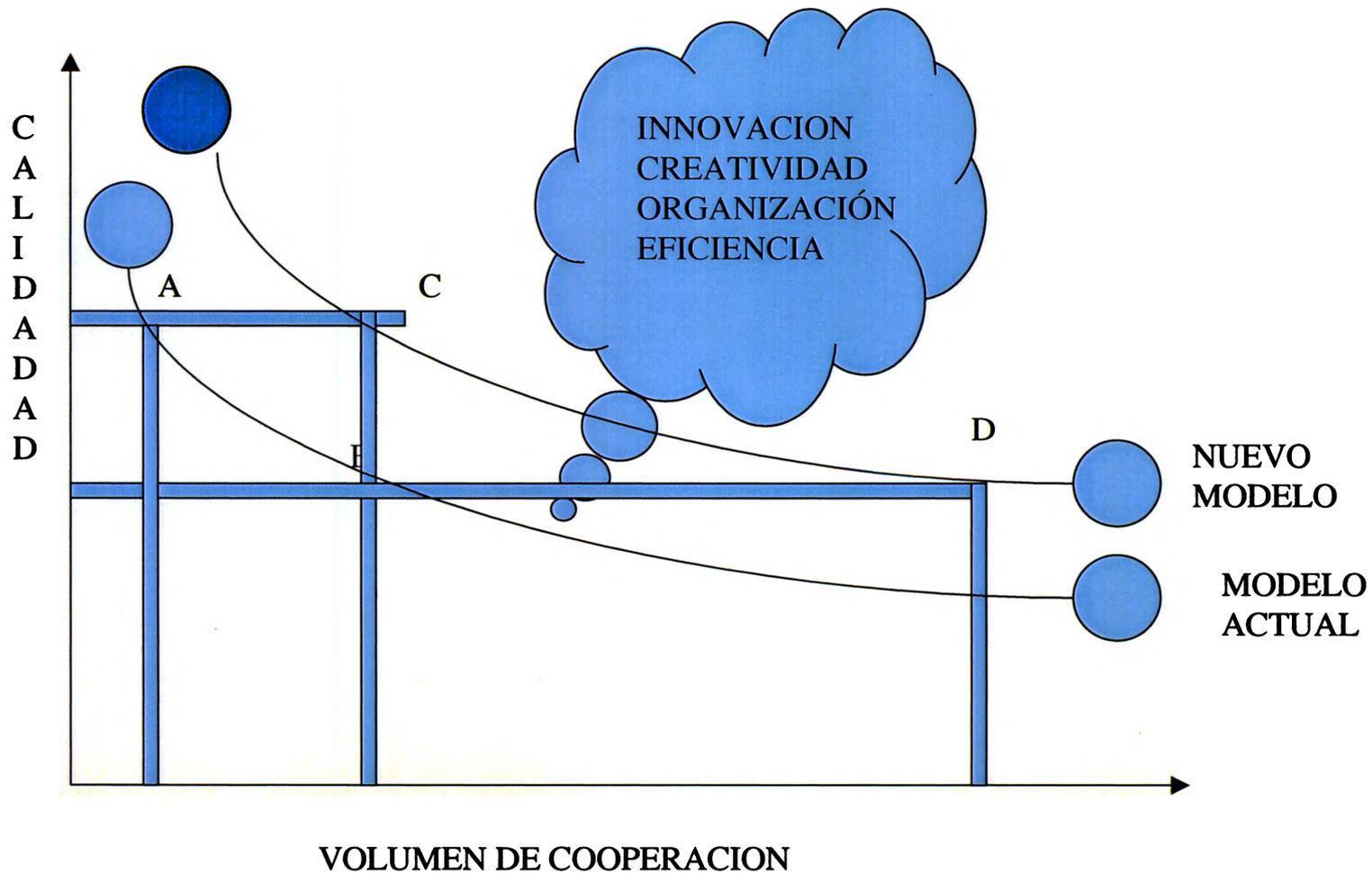


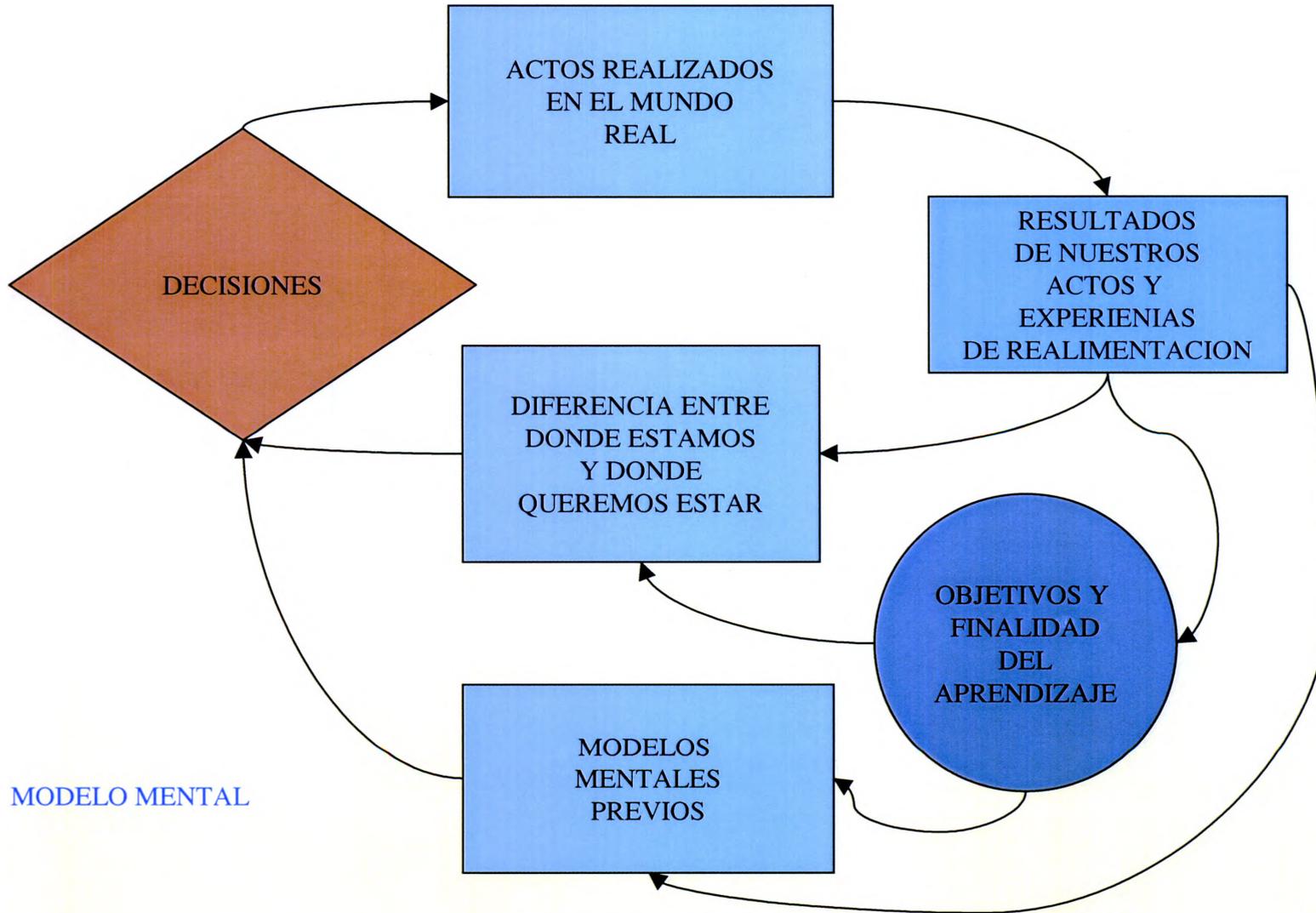


EL ENTORNO DE LA AGENCIA CAMBIA Y ES CAMBIANTE



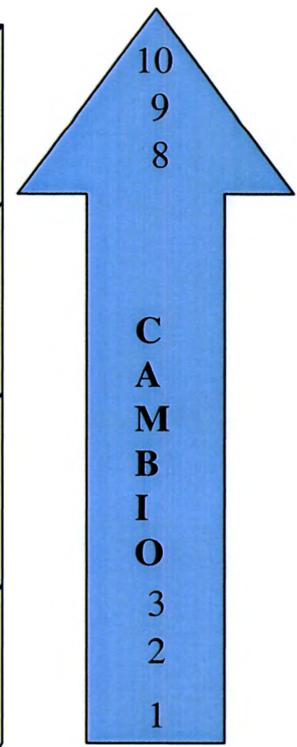
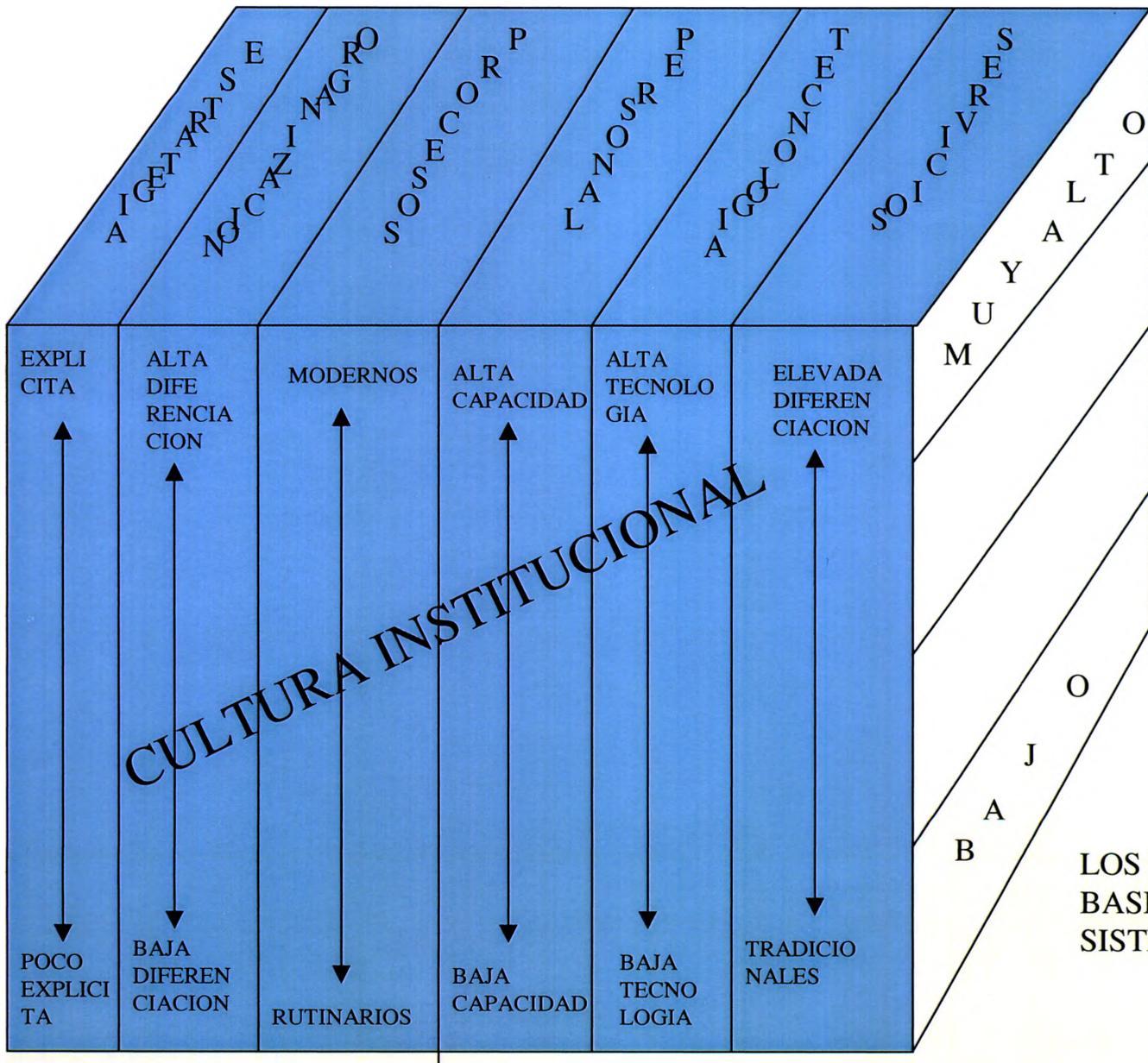
Fuente :Jairo Cano IICA





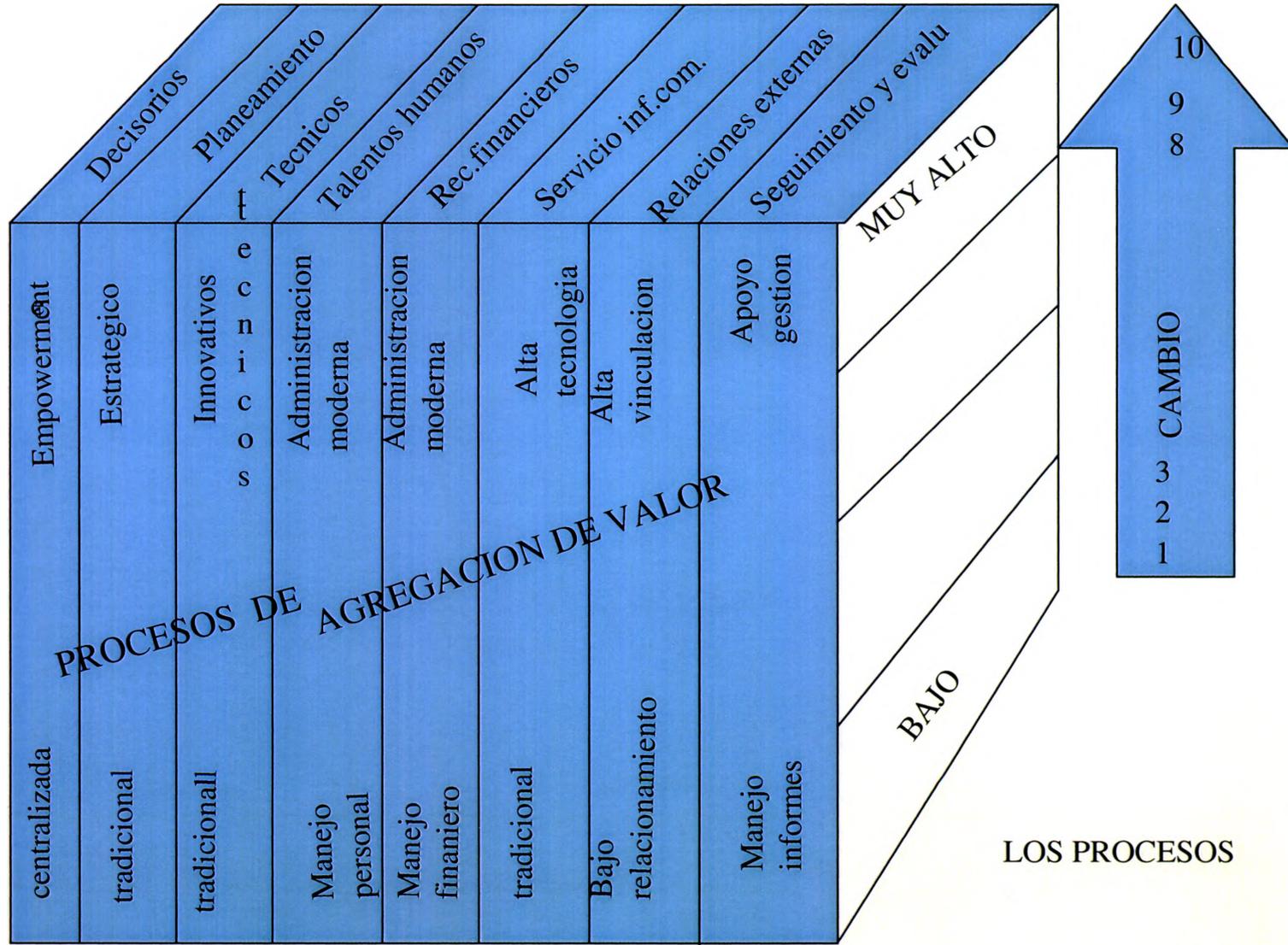
MODELO MENTAL

Fuentes: Connor y Dermott
Introduction al pensamiento sistemico



LOS ELEMENTOS
BASICOS DEL
SISTEMA





MODELO	ACTUAL	FUTURO
SEGMENTO DEL MERCADO		
LA CLIENTELA		
LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS		
EL PROCESO DE CÓMO OFRECER EL SERVICIO		
EL PERSONAL DE LA AC		
LA ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO		
LA CAPACITACION Y BIENESTAR DEL PERSONAL		
LAS FUENTES FINANCIERAS		
LA VINCULACION EXTERNA		
LA FORMA DE EVALUAR		

OBJETIVO DEL CAMBIO

CARACTERISTICAS BASICAS DESEABLES DEL NUEVO MODELO

ESTRATEGIA	ORGANIZACIÓN	PROCESOS Y TECNOLOGIA	PERSONAL	RECURSOS	SERVICIOS
ALTA CONCERTACION	ALTA DELEGACION DUCTIL TERCERIZAR LO NO ESTRATEGICO	SIMPLIFICADOS Y AGILES ALTA SOCIALIZADA	ALTO NIVEL CREATIVOS	ASOCIADOS A LA INNOVACION Y CREATIVIDAD	DIFERENCIADOS DE ALTO IMPACTO
INNOVADORA CREATIVO	MODULAR DE BAJO COSTO FIJO	ARMONIZADOS LO TECNICO Y ADMINISTRATIVO	COMPROMETIDOS CON EL CAMBIO	PRIVILEGIAR LA CALIDAD DEL RECURSO AL VOLUMEN	DE ALTISIMA CALIDAD
HACIA NICHOS ESPECIALES	LIDERAZGO COMPARTIDO	INFORMACION Y COMUNICACION	VERSATILES MEJORAMIENTO CONTINUO	NEGOCIAR CUBRIR COSTOS Y GENERACION DE CONOCIMIENTOS	DE BAJO COSTO

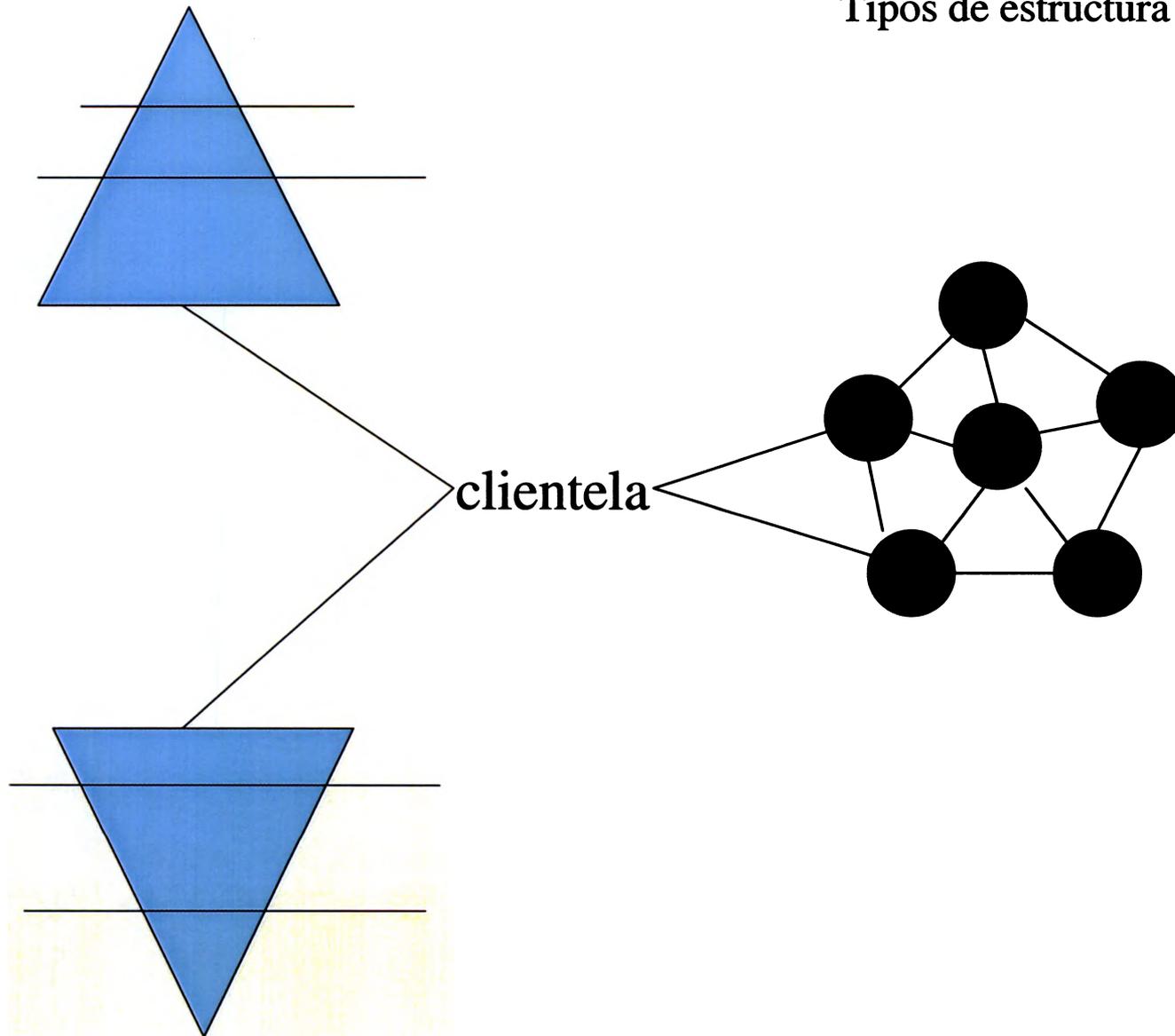
ORGANIZACIÓN DE APRENDIZAJE

DECISIONES ESTRATEGICAS PARA LOGRAR EL CAMBIO

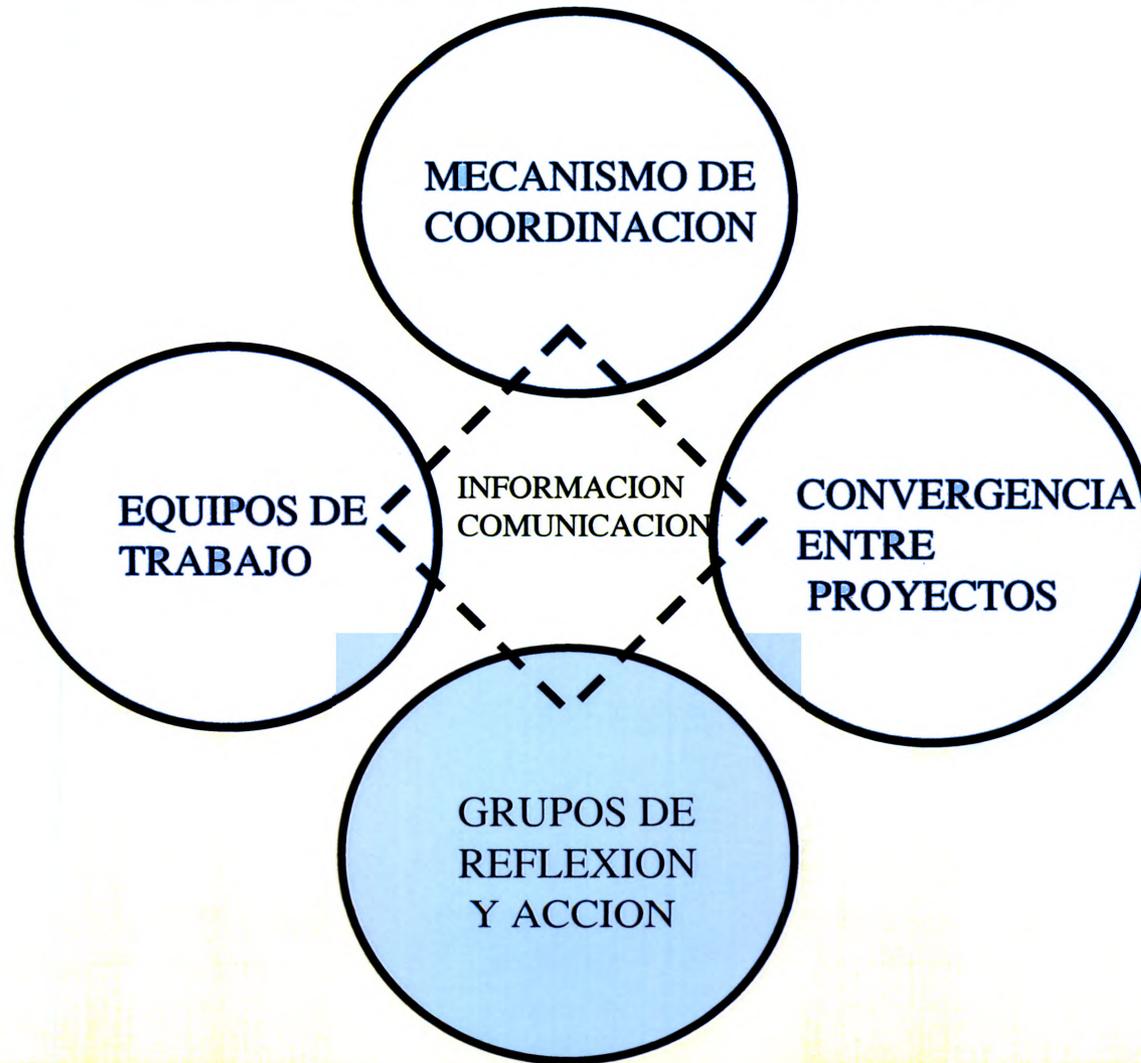
ASUNTOS CRITICOS PARA LOGRAR EL CAMBIO	Que decision debe tomarse para superar o aprovechar el Asunto critico?	Que impacto tiene para la AC si se supera el asunto critico?	Quienes deberian Asumir el liderar Y Apoyo de este cambio?
1			
2			
3			
4			
5			

META 1	RESULTADOS	ACTIVIDADES	EQUIPOS RESPONSABLES	FECHAS	
				Inicio	fin
	1.	1.			
		2.			
		3.			
	2.	1.			
		2.			
		3.			
	3.	1.			
		2.			
		3.			

Tipos de estructura

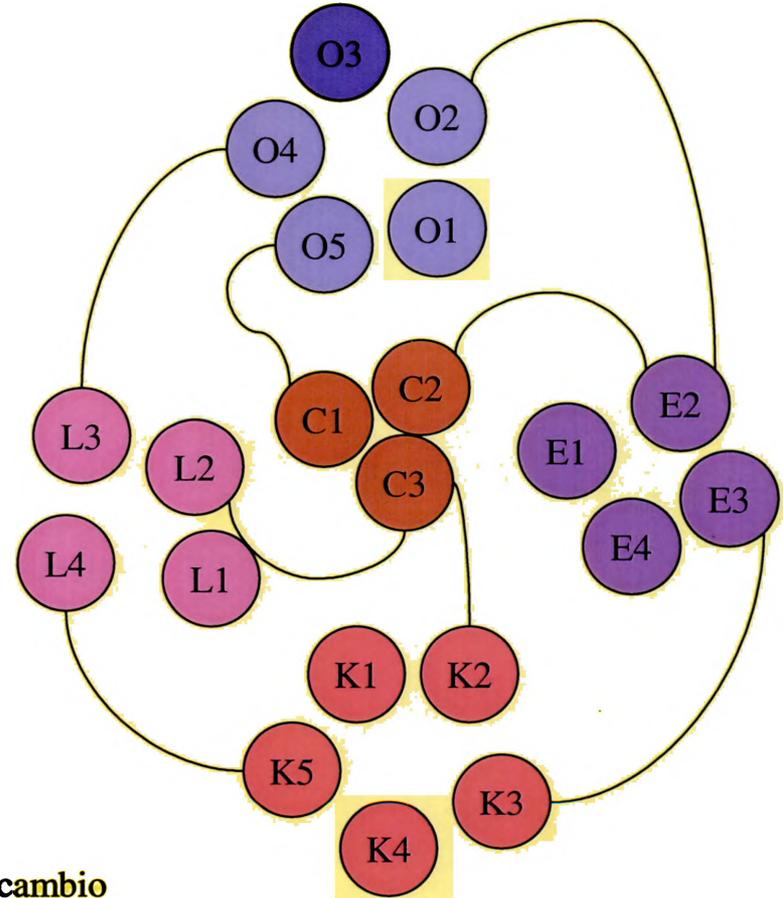
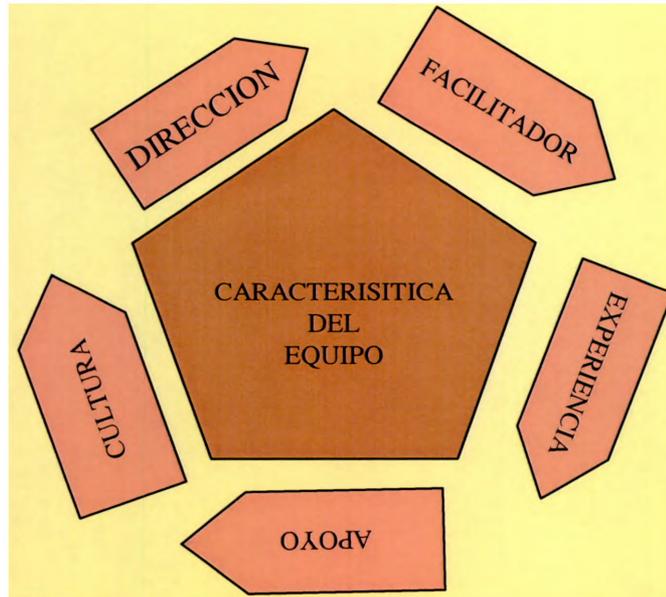


MECANISMOS PARA LA OPERACION



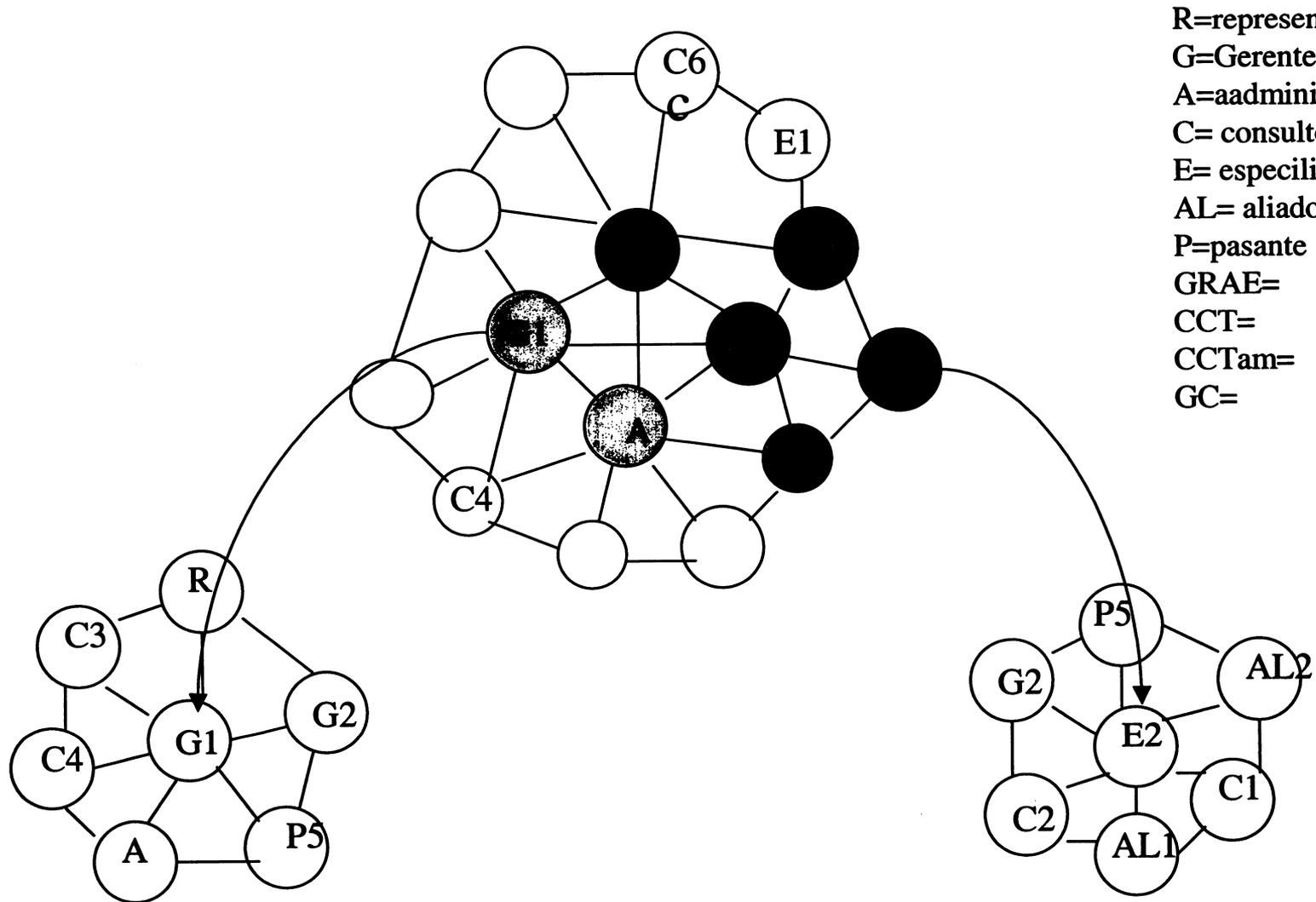
SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO
DE PROYECTOS

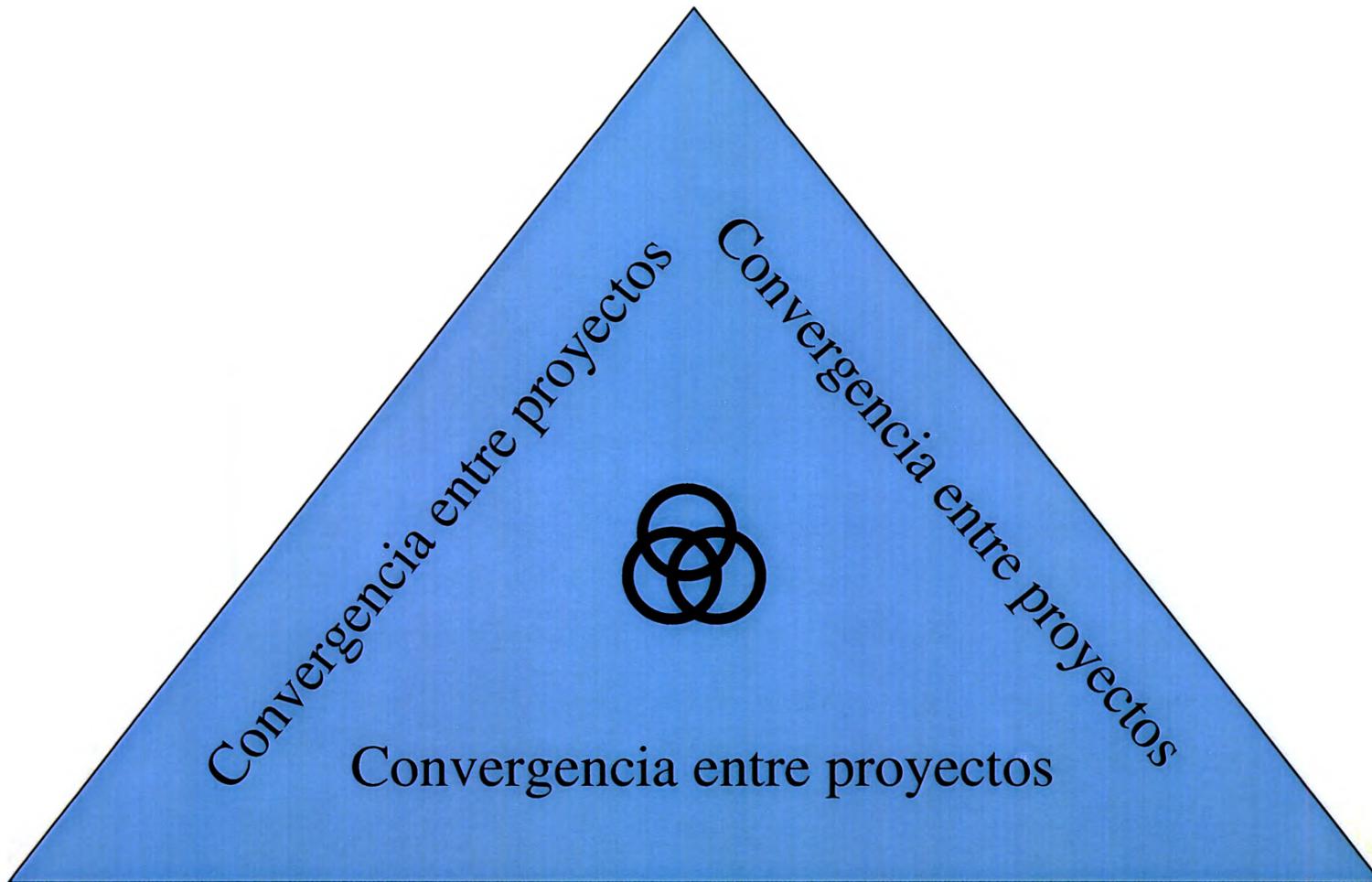
ORGANIZACIÓN PARA EL CAMBIO



La construccion de Equipo es basico para el cambio Organizacional moderno.

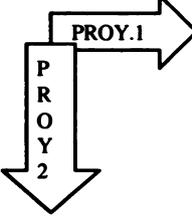
RED





	Proy. 1			Proy.2			Proy.3			Proy..4			Proy.K		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B			A	M	B
Proy.1																	
Proy.2																	
Proy.3																	
Proy.4																	
Proy.K																	

CUADRO 2: CONVERGENCIA ENTRE PROYECTOS

		1. TEMAS Y SUBTEMAS	2. PRODUCTO O SERVICIO	3. CLIENTELA	4. ESPACIO GEOGRAFICO y TIEMPO	5. INSTITUCIÓN CONTRAPARTE	6. TOMA DECISIONES (hacia la convergencia)
		CON PALABRAS CLAVES SINTÉTICE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO1 (en los puntos 1al 6)					
SUBTEMAS		1.1	1.2.	1.3.	1.4.	1.5:	1.6.
1. TEMAS Y	P A L A B R A S C L A V E S S I N T É T I C E						
2. PRODUCTO SERVICIO		2.1	2.2.	2.3.	2.4.	2.5.	2.6.
3. CLIENTELA		3.1.	3.2.	En una análisis entre personal de los dos proyectos identifiquen(*): 1.coincidencias (en que hay posibilidad de sinergia) 2.valor agregado de cada uno 3.mecanismo de intercambio 4. eventos y o acciones conjuntas 5.aportes para cada acción o evento 6.cronograma de acciones conjuntas *= ⁵ énfás que hay posibilidad de sinergia			3.6.
4. ESPACIO GEOGRAFICO Y TIEMPO		4.1	4.2	4.3.	4.4.	4.5.	4.6.
5. INSTITUCIÓN CONTRAPARTE		5.1.	5.2.			5.5	5.6.
6. TOMA DECISIONES (hacia la convergencia)		6.1.	6.2.	6.3.	6.4.	6.5.	6.6.

CUADRO 3: PALABRAS CLAVES QUE DESCRIBEN LOS DOS O MAS PROYECTOS

	PROYECTO 1	PROYECTO 2
1. Temas y subtemas		
2. Productos y/o servicios		
3. Clientela		
4. Espacio geográfico y espacial temporal		
5. Instituciones contraparte		
6. Toma de decisiones: 6.1. Programación 6.2. Asignación de recursos		

CUADRO 4: COMPROMISOS HACIA LA CONVERGENCIA

COMPROMISOS HACIA LA CONVERGENCIA	
1. Coincidencias (en que hay posibilidad de sinergia): 1.1. Espacio geográfico 1.2. Contrapartidas 1.3. Servicios	
2. Valor agregado de cada uno	
3. Mecanismos de intercambio	
4. Eventos y o acciones conjuntas	
5. Aportes para cada acción o evento	
6. Cronograma de acciones conjuntas	

**CUADRO5:ANÁLISIS DE CONVERGENCIA ENTRE PROYECTOS
PRODAR PROCIANDINO**

	PRODAR	PROCIANDINO
1.TEMAS Y SISTEMAS	Agro empresas	Innovación tecnológica
2.PRODUCTOS Y SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación ✓ Información ✓ Asistencia técnica ✓ Cofinanciación y gestión proyectos desarrollo tecnológico y comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Información ✓ Conocimientos ✓ Gestión de proyectos tecnológicos
3.CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresarios ✓ ONG'S ✓ Técnicos ✓ Docentes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnicos ✓ Gerentes proyectos ✓ Empresarios ✓ Docentes
4.ESPACIO Y TIEMPO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Meso América ✓ Países andinos ✓ Hasta 2003 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Países andinos ✓ Hasta 2001
5.CONTRAPARTIDA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ REDAR ✓ AC's ✓ CIID ✓ CIRAD ✓ CIAT 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ INIA's ✓ AC's ✓ Universidades ✓ CIAT ✓ Empresa privada
6.TOMA DE DECISIONES PARA LA CONVERGENCIA		
✓ Programación	✓ Alta	✓ Alta
✓ Asignación de recursos	✓ Media	✓ Media

**CUADRO 6: CONVERGENCIA PRODAR - PROCIANDINO 2001
COMPROMISOS**

1.COINCIDENCIAS:	COMPROMISOS
1.1.ESPACIO GEOGRAFICO	PAISES ANDINOS
1.2.SERVICIOS	GESTION DE PROYECTOS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO EN ALIMENTOS
1.3.CONTRAPARTIDAS	CreA / Universidades / Centros investigación / CIAT / Empresarios
2.VALOR AGREGADO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ APROVECHAMIENTO DE RECURSOS ✓ POTENCIACIÓN DE FORTALEZAS:
3.MECANISMO DE INTERCAMBIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reuniones CreA ✓ Correo electrónico ✓ Coparticipación en instancias de dirección y de coordinación ✓ Incorporación de CreA y ACs en coordinación de acciones conjuntas
4.ACCIONES CONJUNTAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 Talleres nacionales para identificación de demandas servicios tecnológicos en cadenas de frutas y hortalizas
5.APORTES PARA ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinación (PROCIANDINO) ✓ Movilización de personas (Conjunto) ✓ Asuntos logísticos (conjunto)
6.CRONOGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un taller por trimestre, incluido en Plan Operativo

**“LO UNICO CONSTANTE ES EL
CAMBIO”**



**“EL FUTURO LO
CONSTRUIMOS.....
O NO LO CONSTRUYEN
OTROS”**

1870

RODRIGO PER

1870

