

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

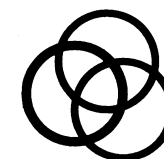
Mario Infante O.

22106 - 1111
1000
1234 F
1111
1111



AGENCIA DE COOPERACION EN COLOMBIA


ORIENTACIONES ESTRATEGICAS 2000 2001



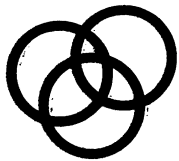
CENTRO DE INFORMACION
Y DOCUMENTACION
"RODRIGO PEÑA"
IICA-COLOMBIA

This One

STE5-JXK-JLJY
Digitized by Google

<p>MISIÓN</p>	<p>Brindar servicios de cooperación de excelencia e impacto para la agricultura y el medio Rural.</p>
<p>VISIÓN</p>	<p>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.</p>
<p>PROPÓSITO ESTRATÉGICO</p>	<p>Organización de aprendizaje para el desarrollo sostenible.</p>
<p>POSICIONAMIENTO</p>	<p>Socios en el desarrollo sostenible.</p> 

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.

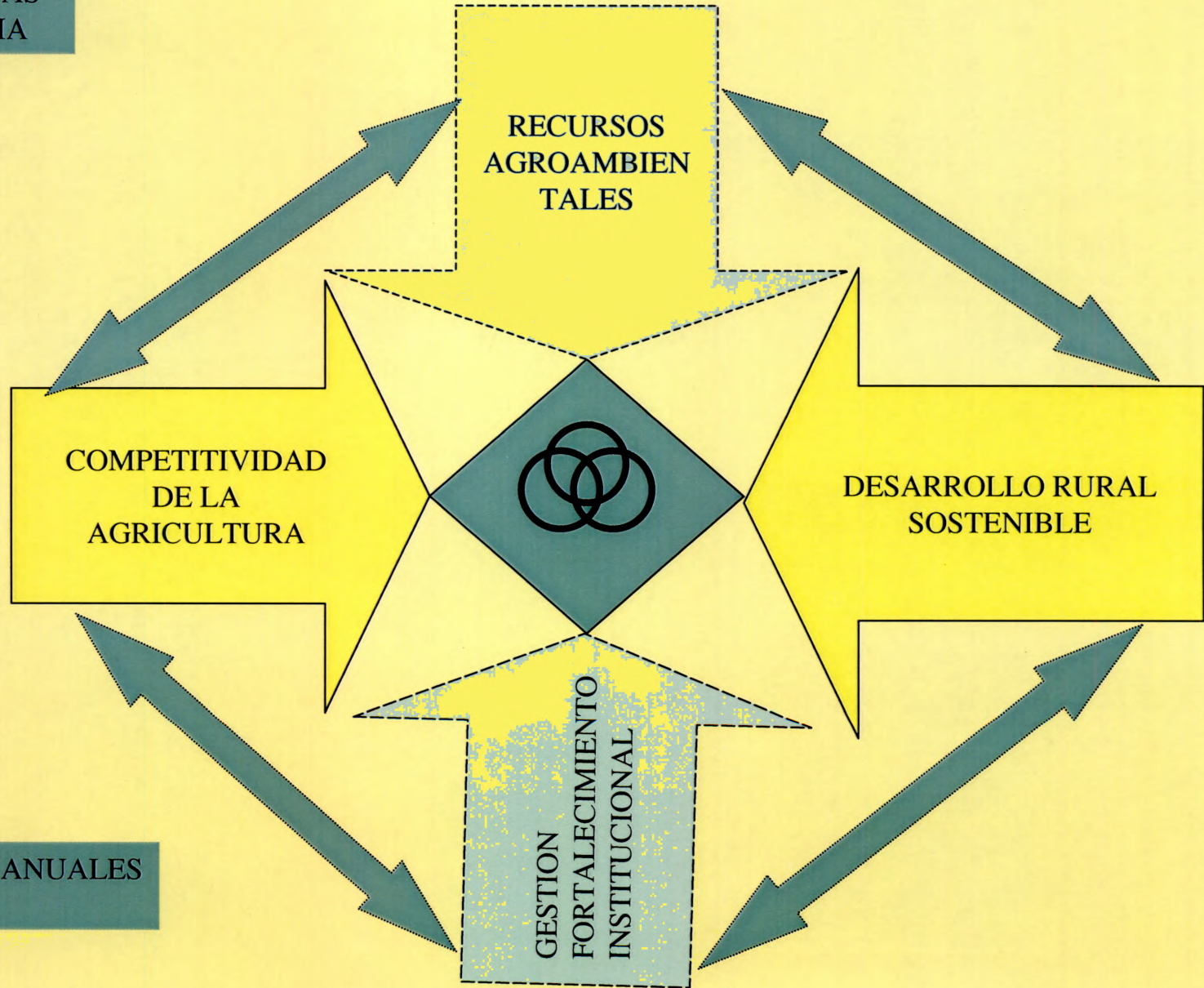
Objetivo 3.- Desarrollar el capital humano para el desarrollo rural y la competitividad, a través de procesos innovadores de aprendizaje mediante alianzas.

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 inter-americana de centros de información, información y documentación para el desarrollo rural y la competitividad.

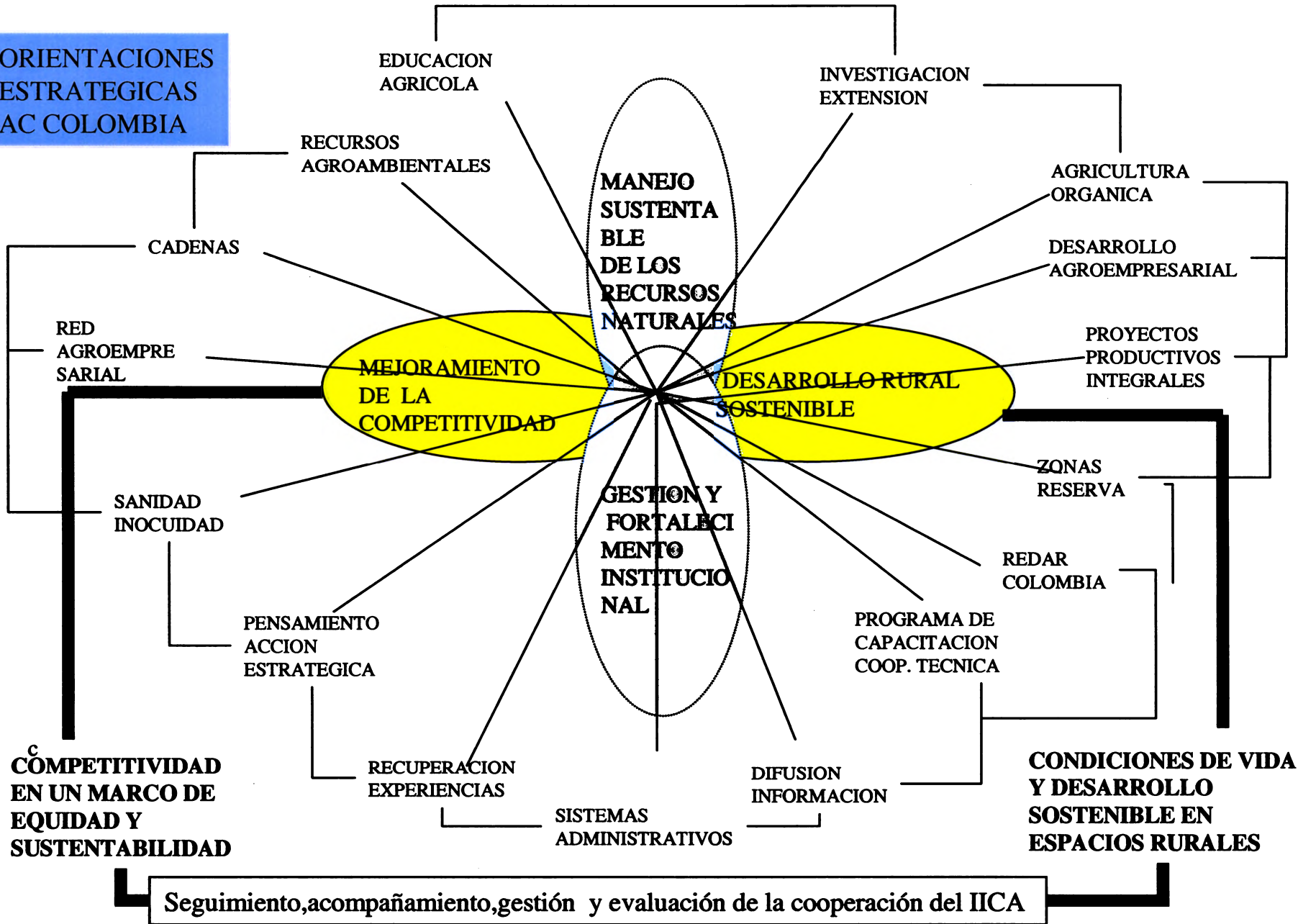
Objetivo 6.- Construir una nueva imagen e identidad institucional para el posicionamiento de la AC.

ORIENTACIONES
ESTRATEGICAS
AC COLOMBIA



PRIORIDADES ANUALES
2000 2001

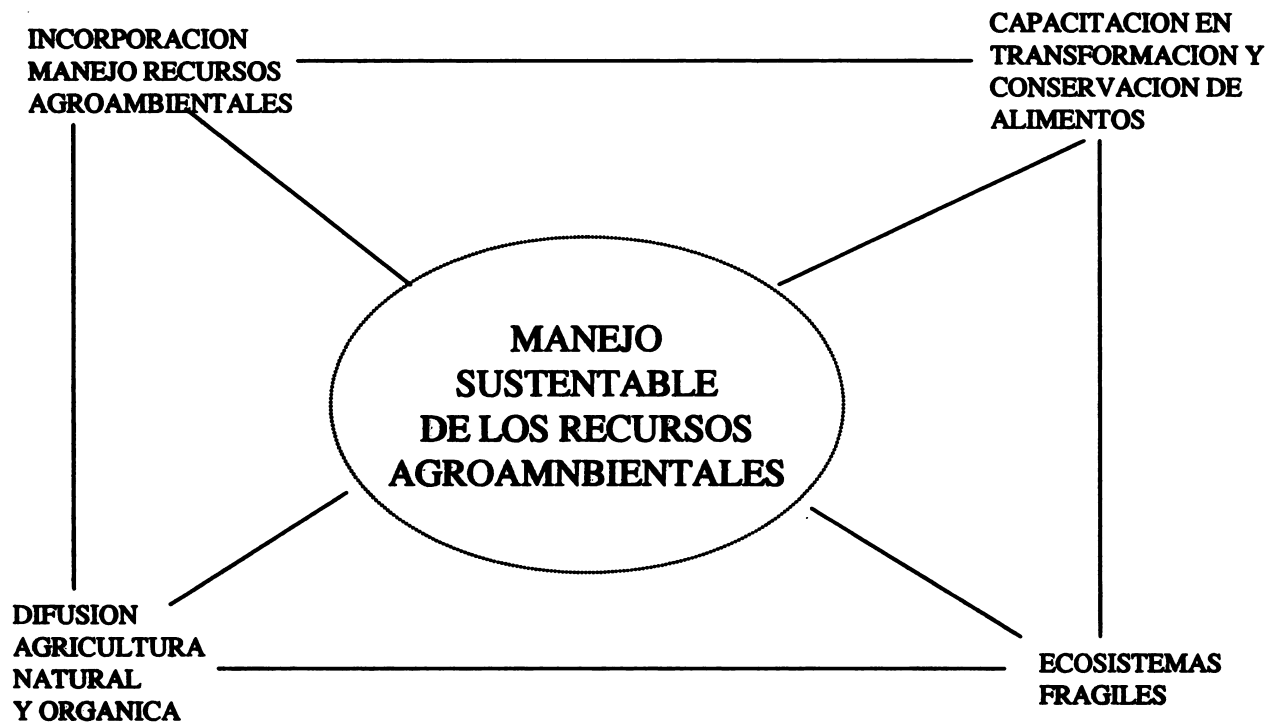
**ORIENTACIONES
ESTRATEGICAS
AC COLOMBIA**



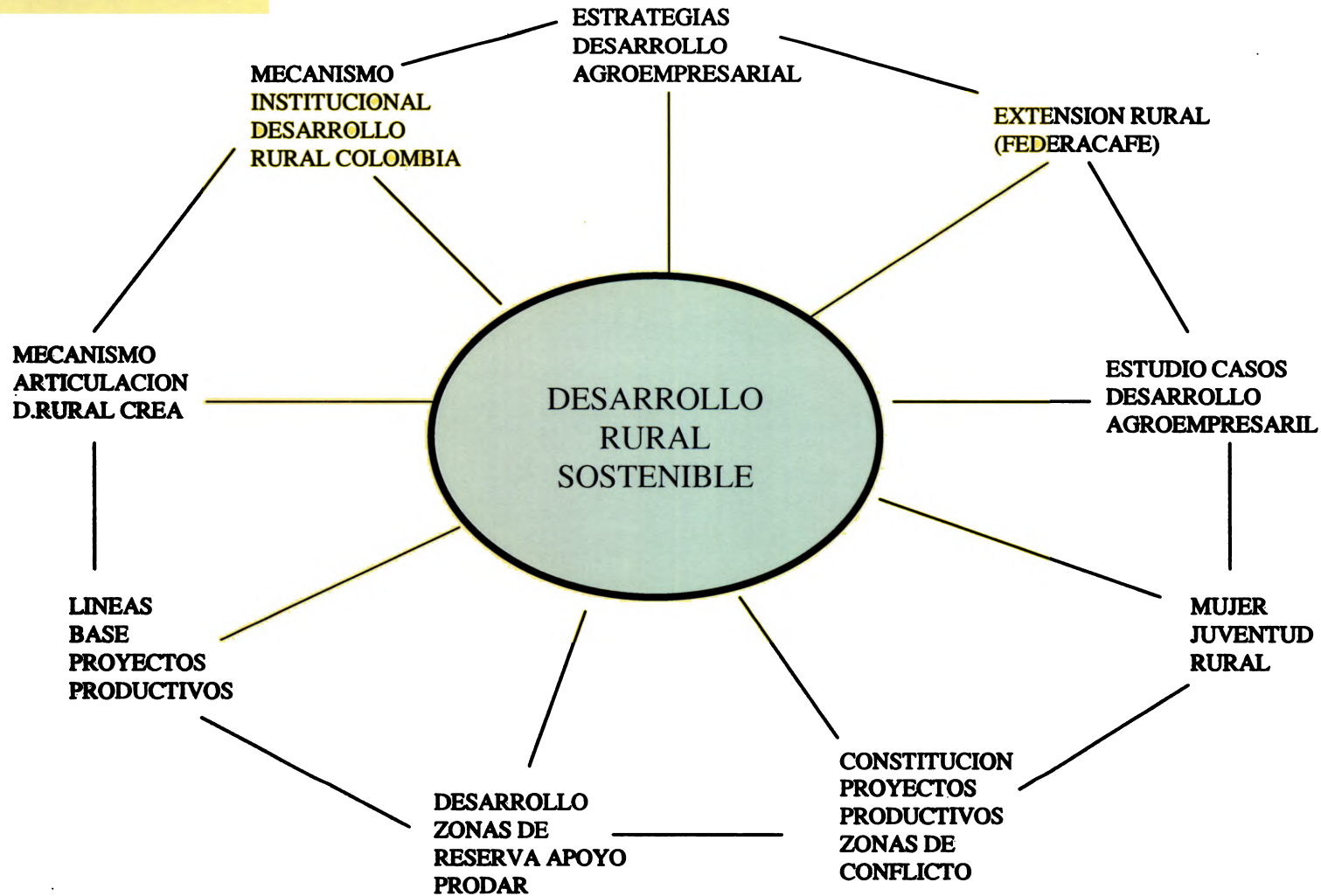
HACIA LA CONVERGENCIA DE TEMAS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001



RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001

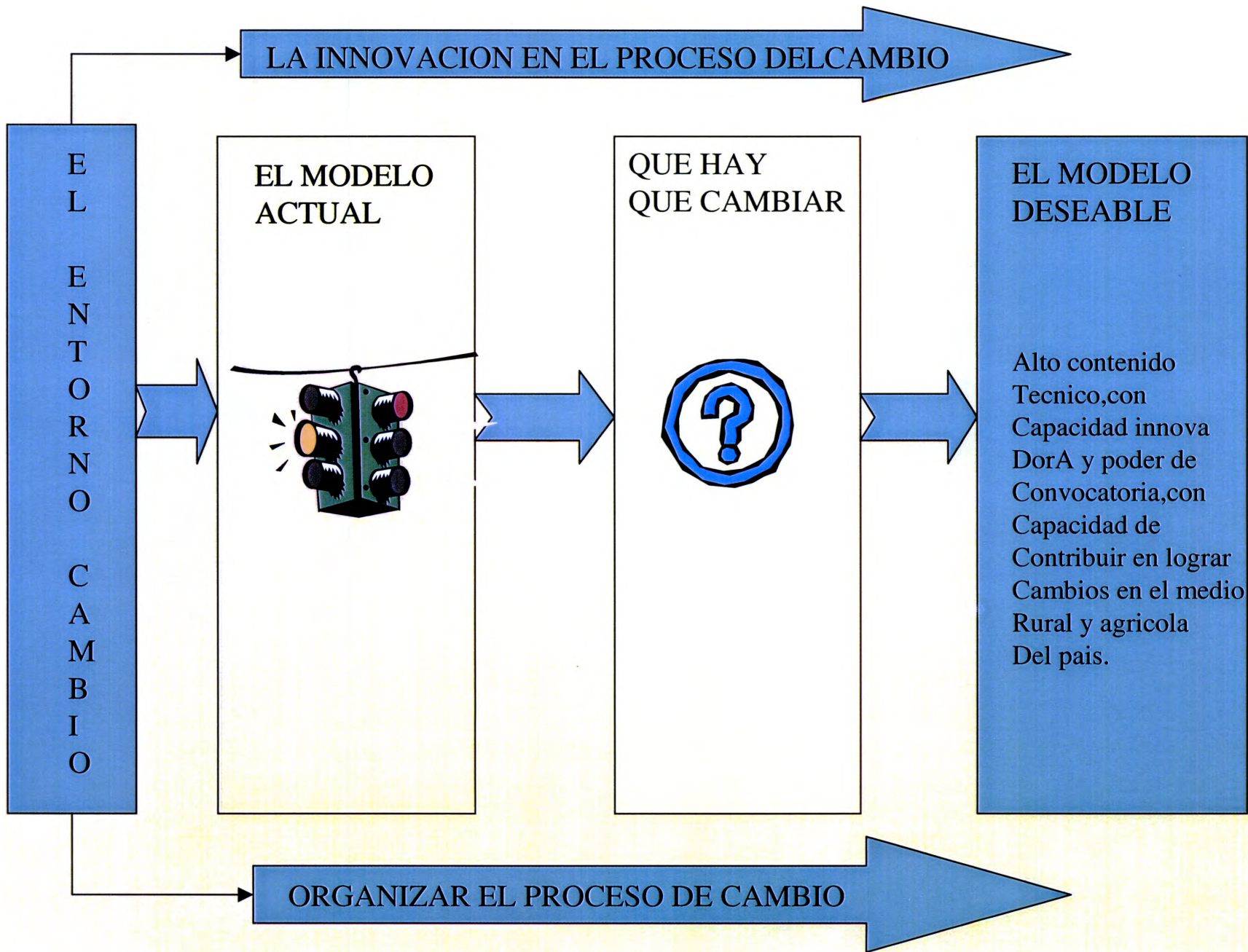


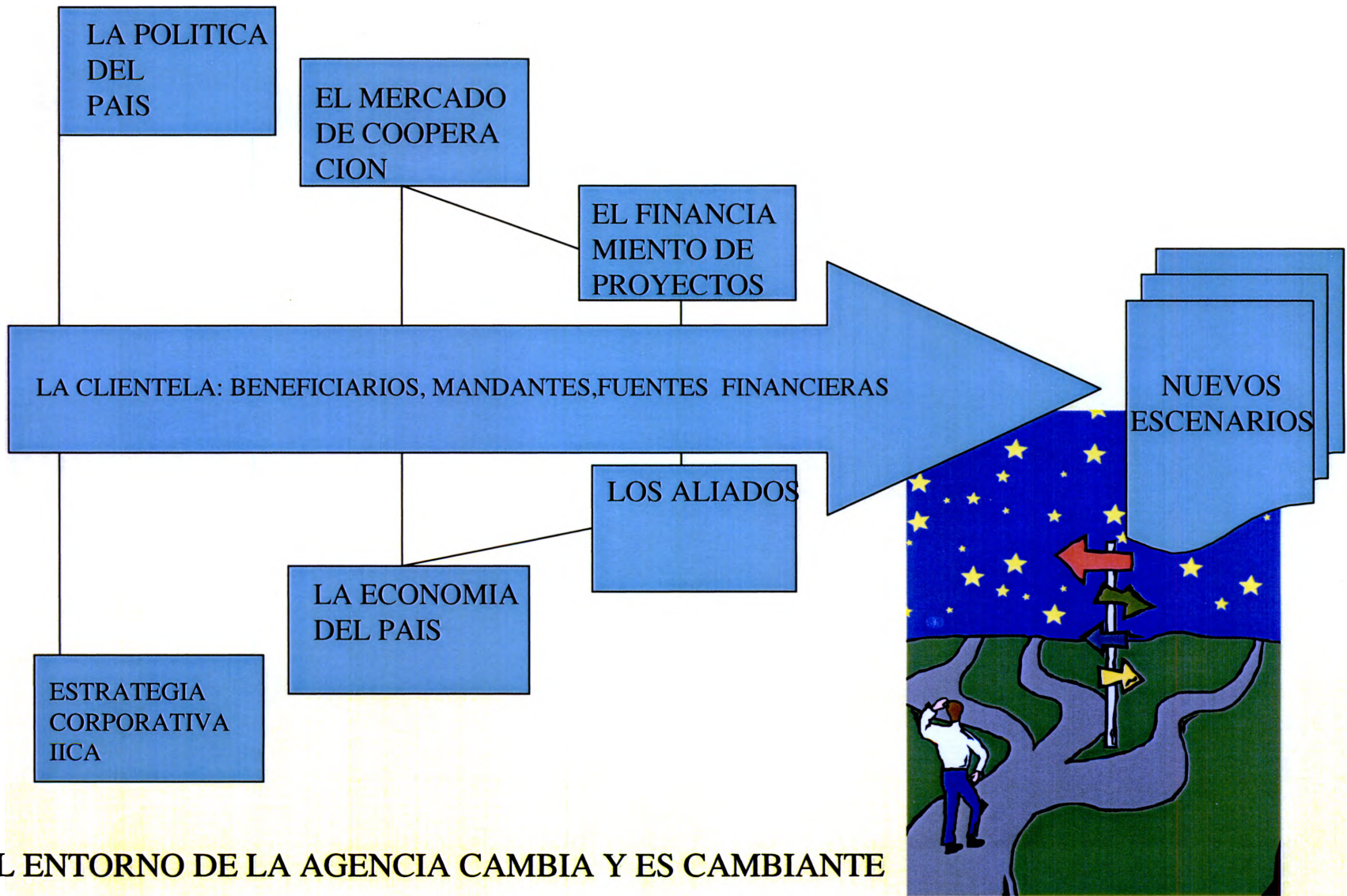
RESULTADOS POR PRIORIDAD 2001

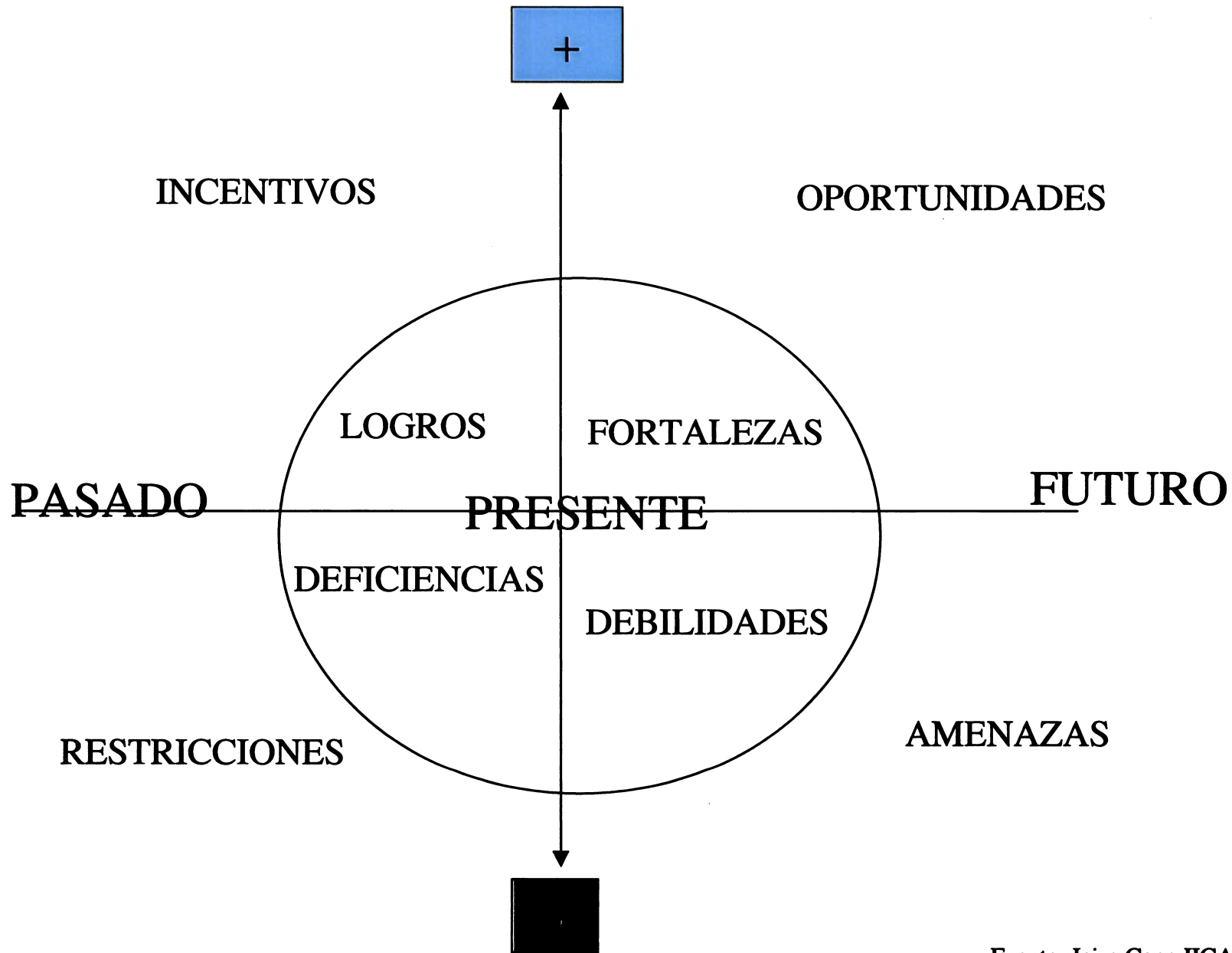
**NECESITAMOS AJUSTAR
LA ORGANIZACIÓN
DE LA AC?**



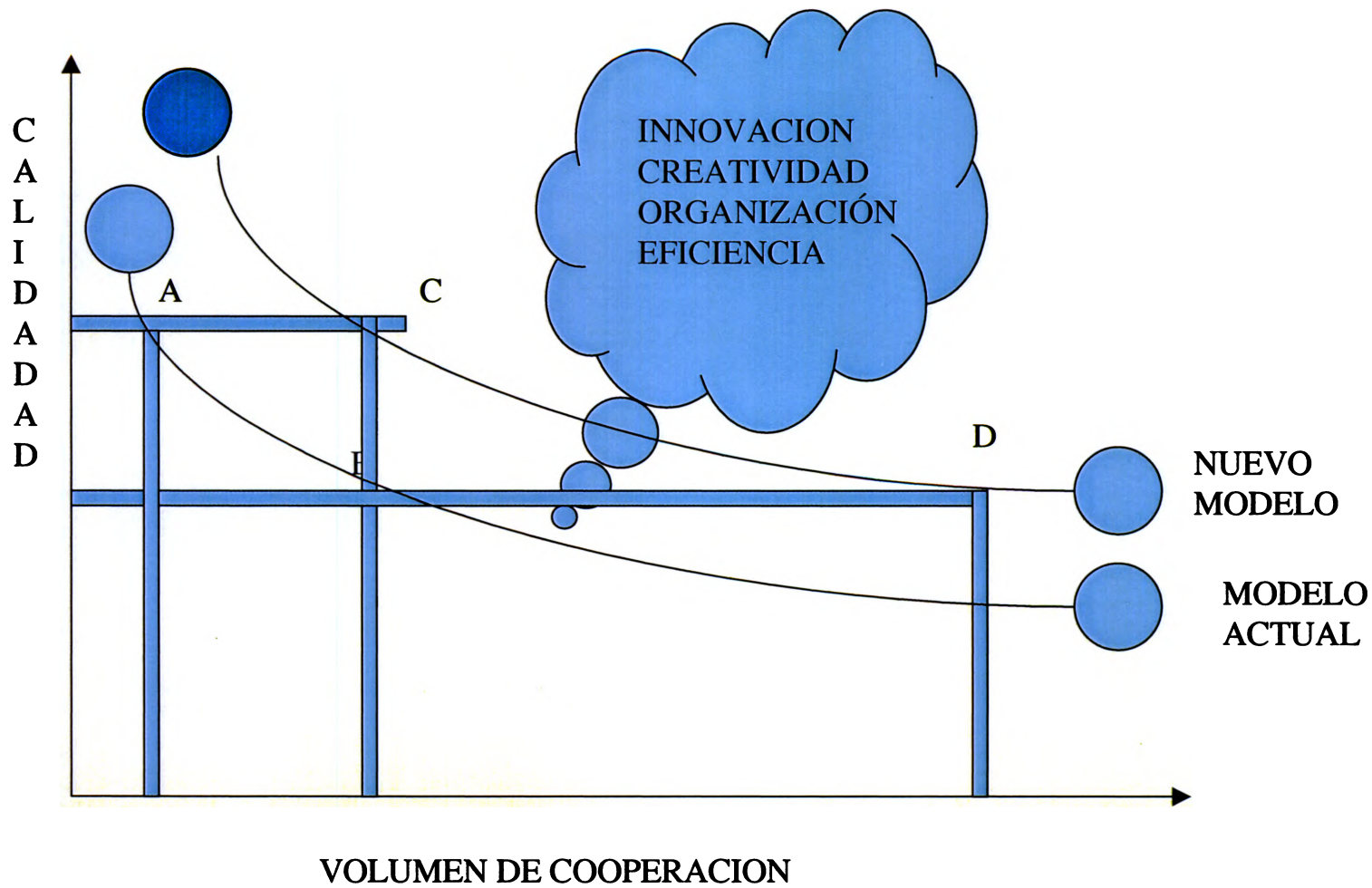
Las Lecciones de la Rana

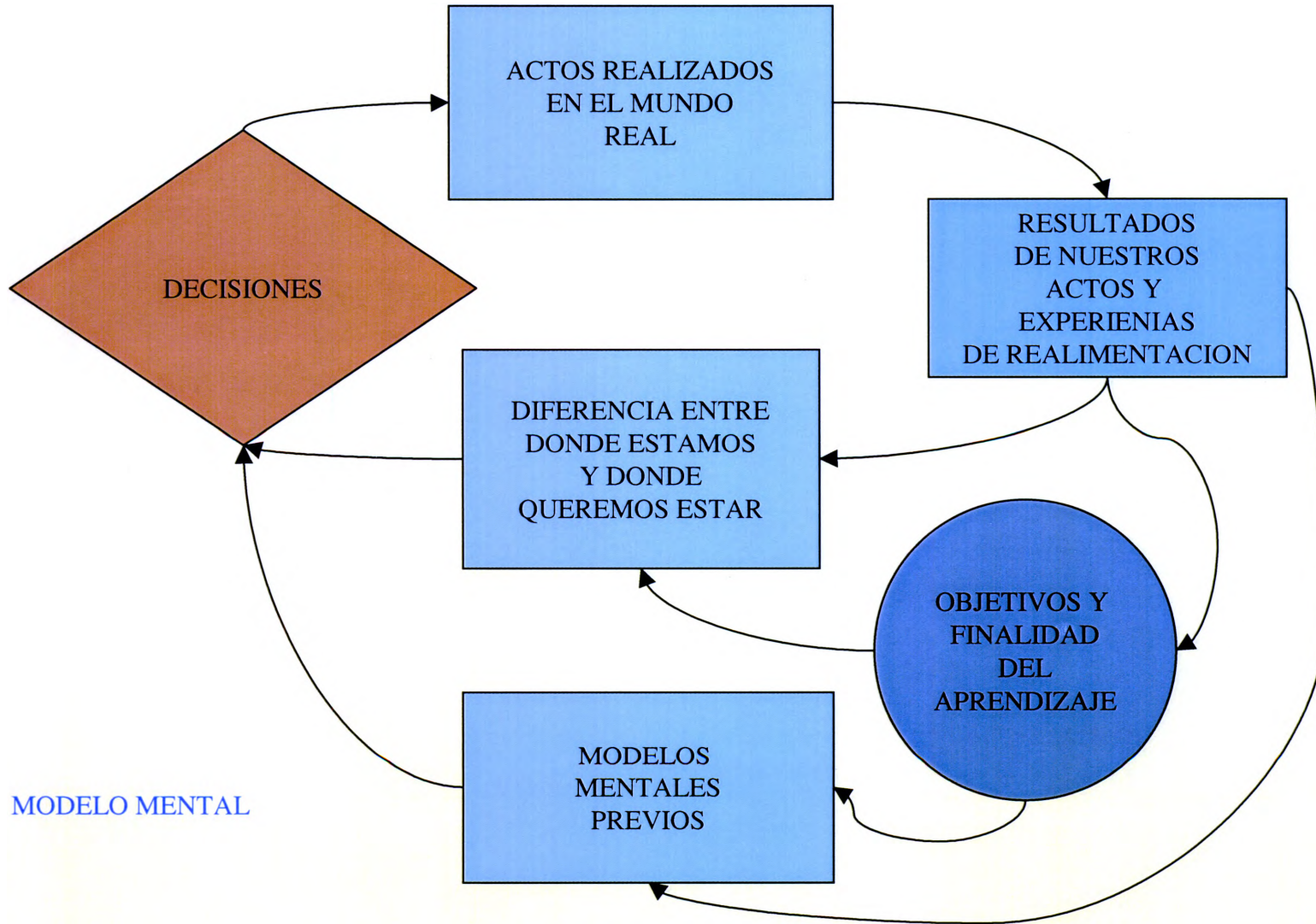






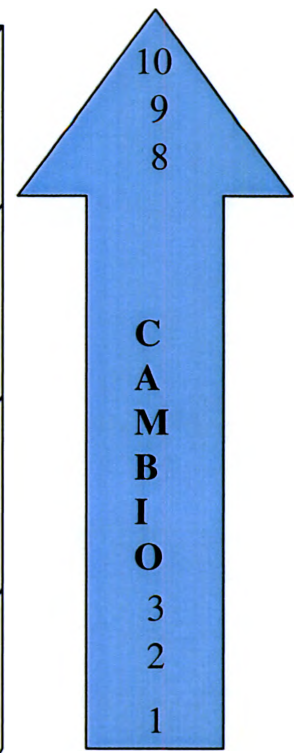
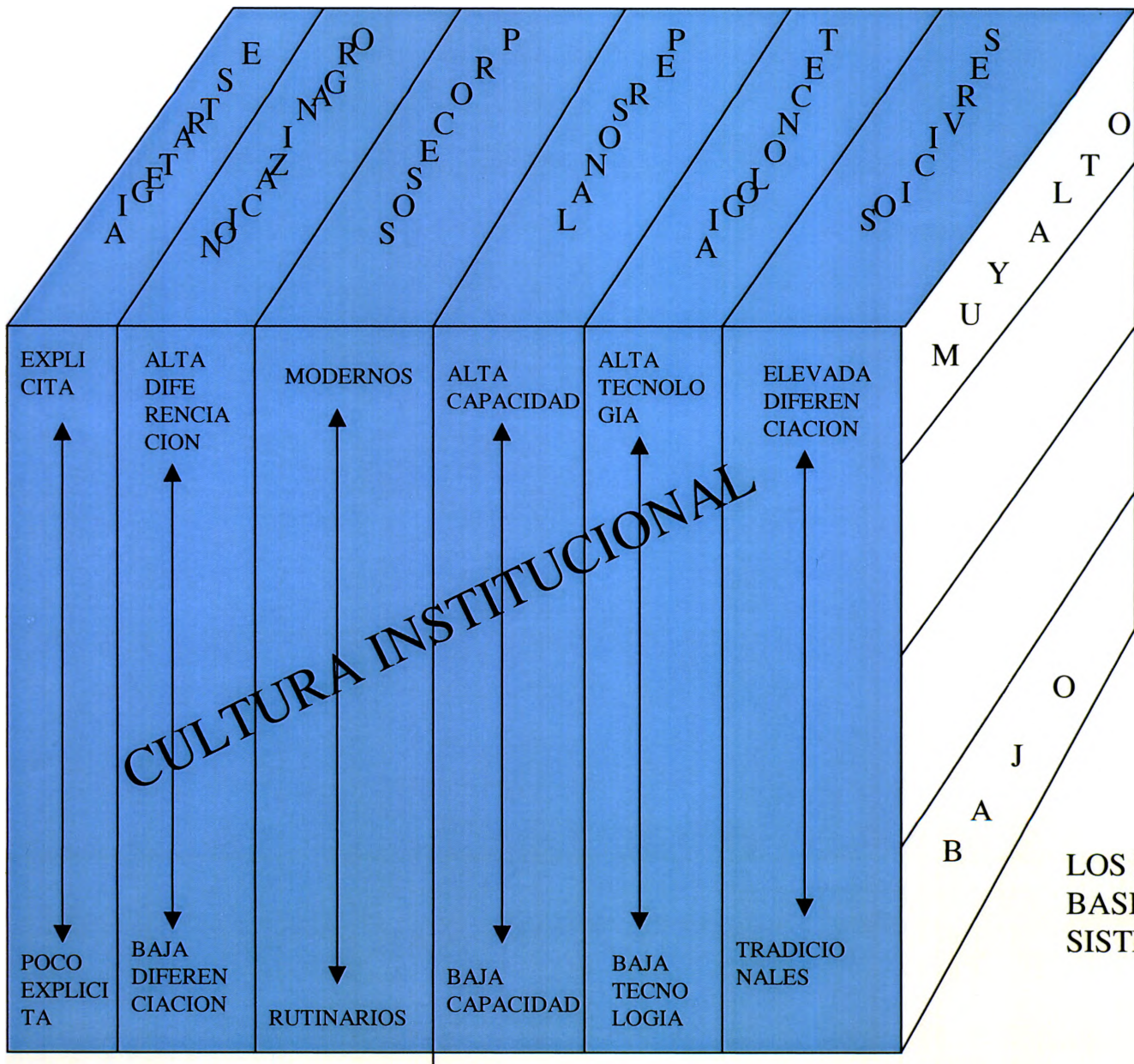
Fuente :Jairo Cano IICA





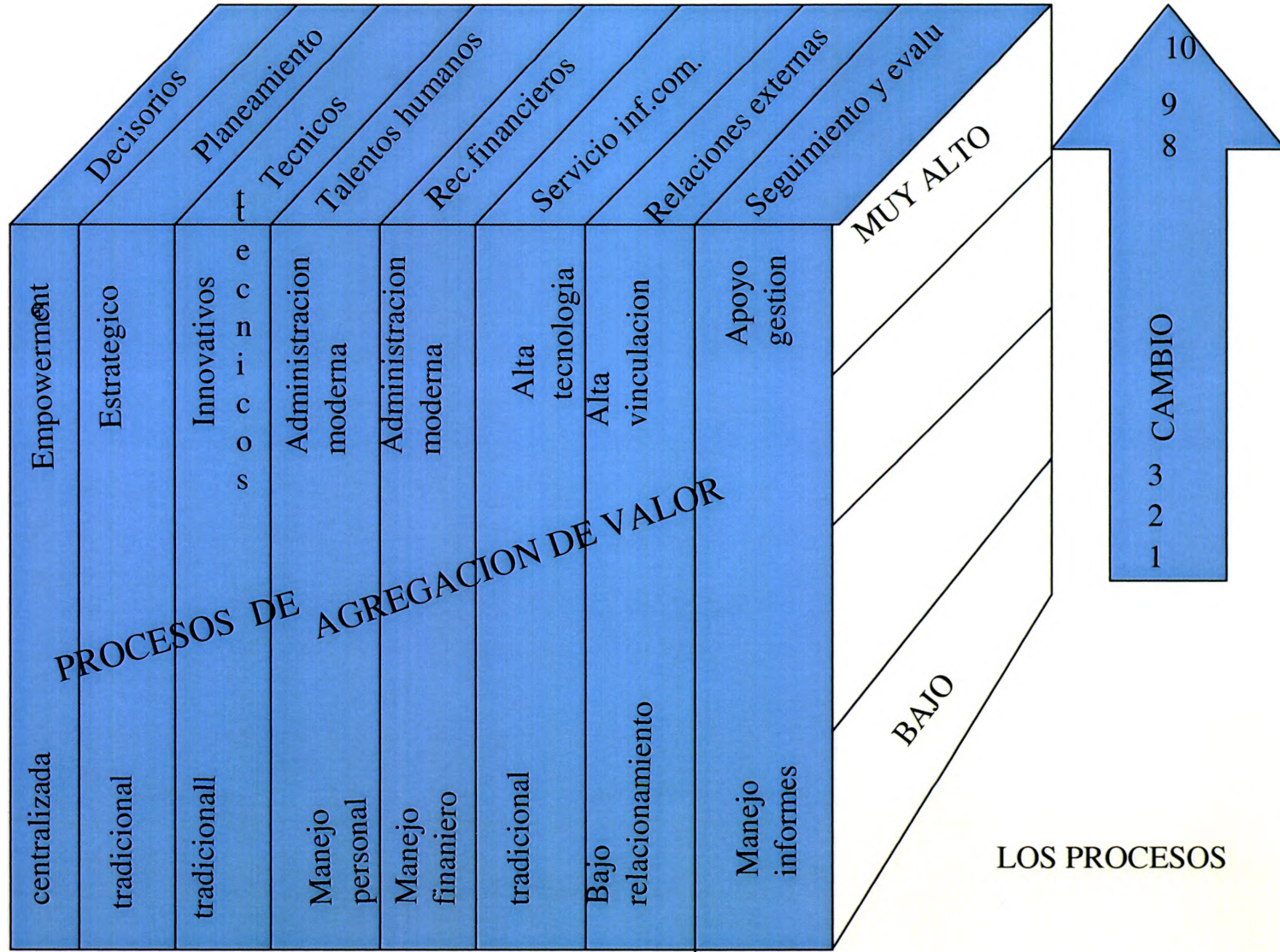
MODELO MENTAL

Fuentes: Connor y Dermott
 Introduction al pensamiento
 sistematico



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	ORGANIZACION	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

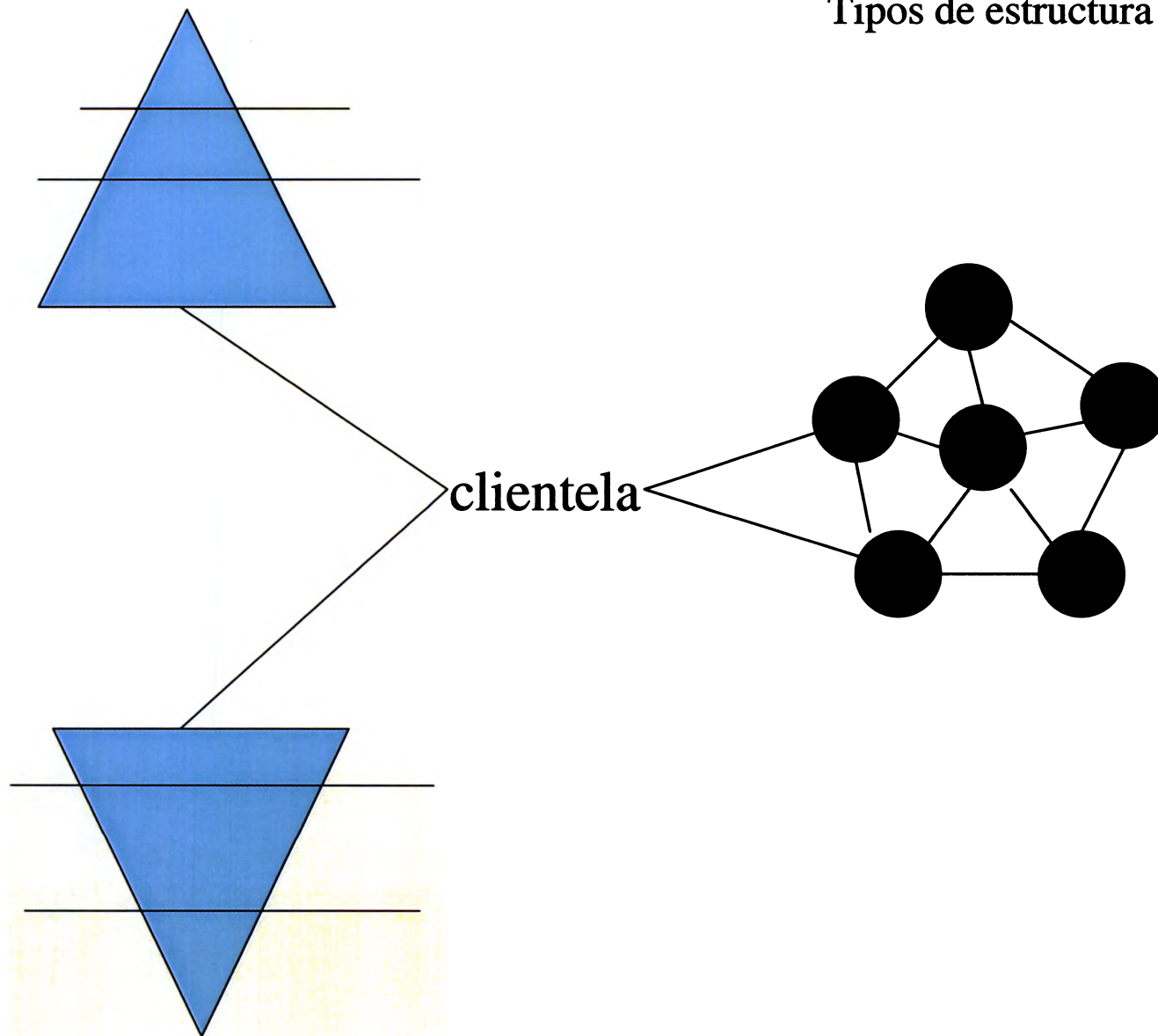
ORGANIZACION DE APRENDIZAJE

DECISIONES ESTRATEGICAS PARA LOGRAR EL CAMBIO

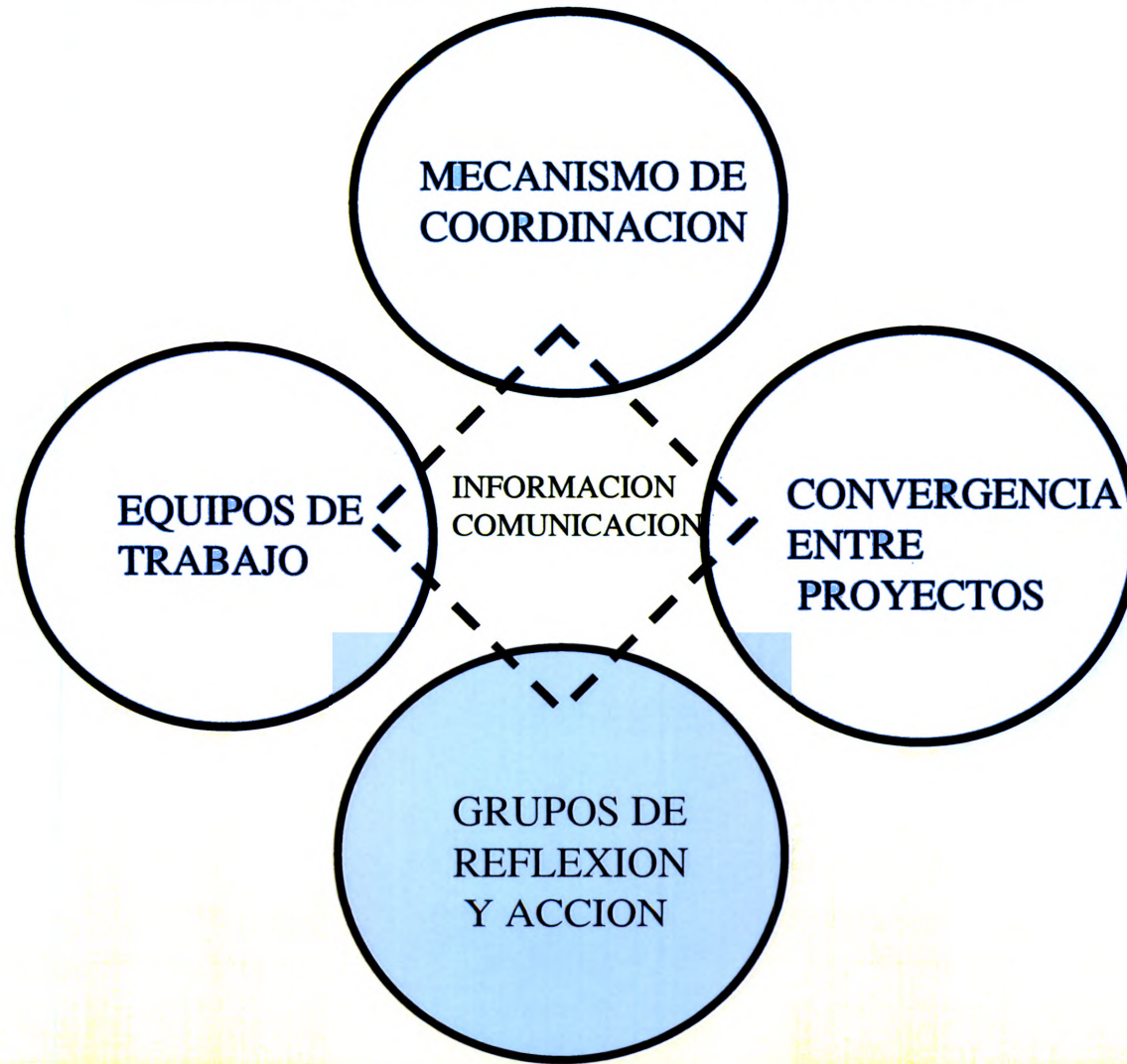
ASUNTOS CRITICOS PARA LOGRAR EL CAMBIO	Que decision debe tomarse para superar o aprovechar el Asunto critico?	Que impacto tiene para la AC si se supera el asunto critico?	Quienes deberian Asumir el liderar Y Apoyo de este cambio?
1			
2			
3			
4			
5			

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

Tipos de estructura

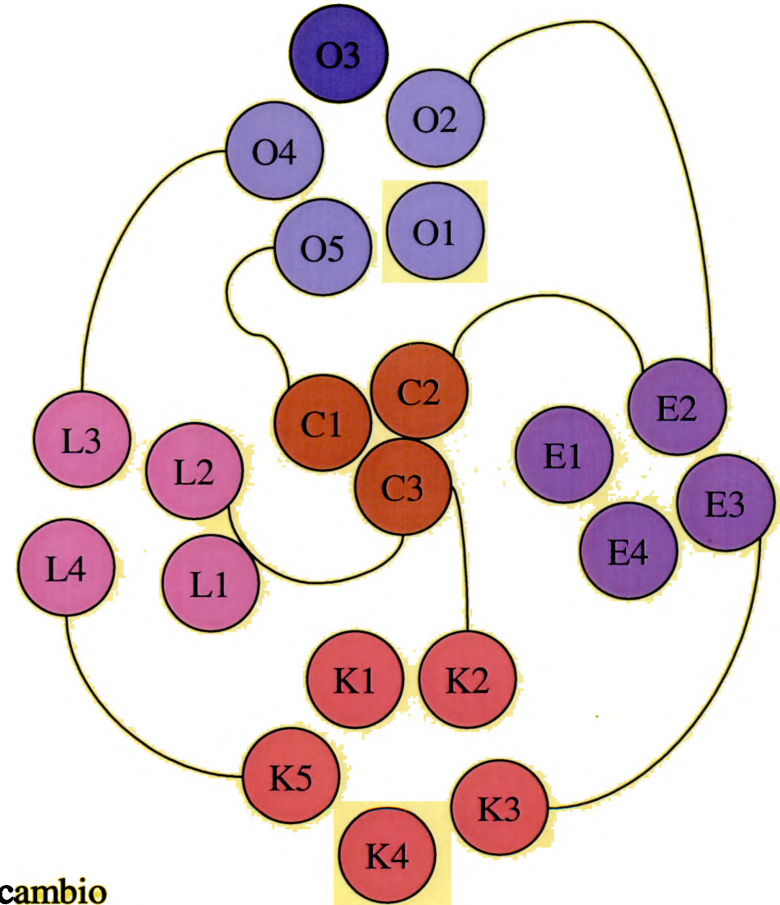
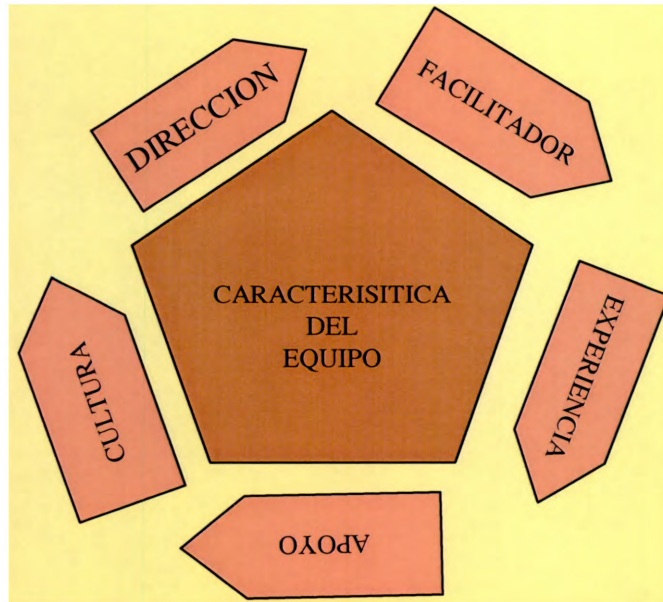


MECANISMOS PARA LA OPERACION



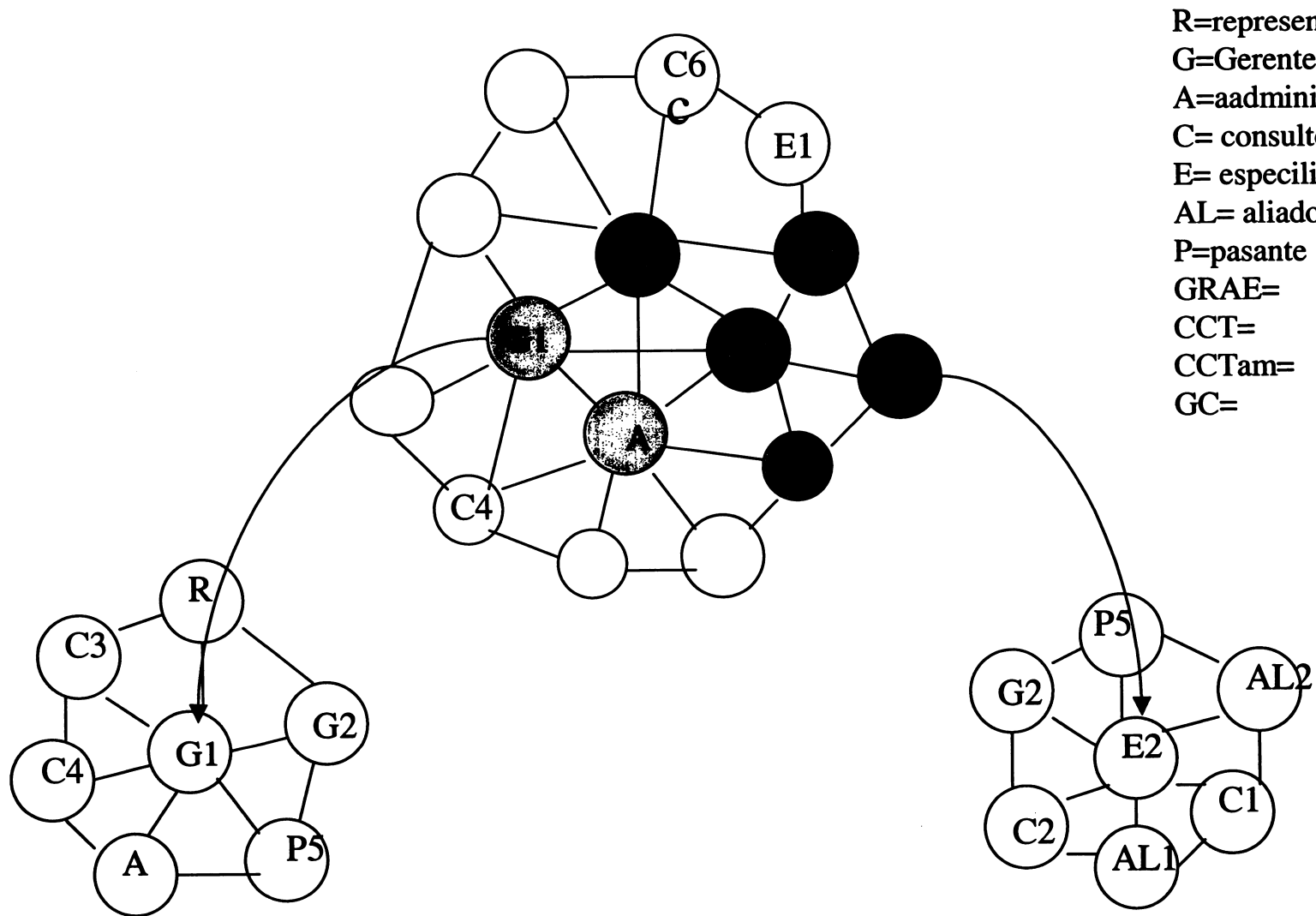
SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO
DE PROYECTOS

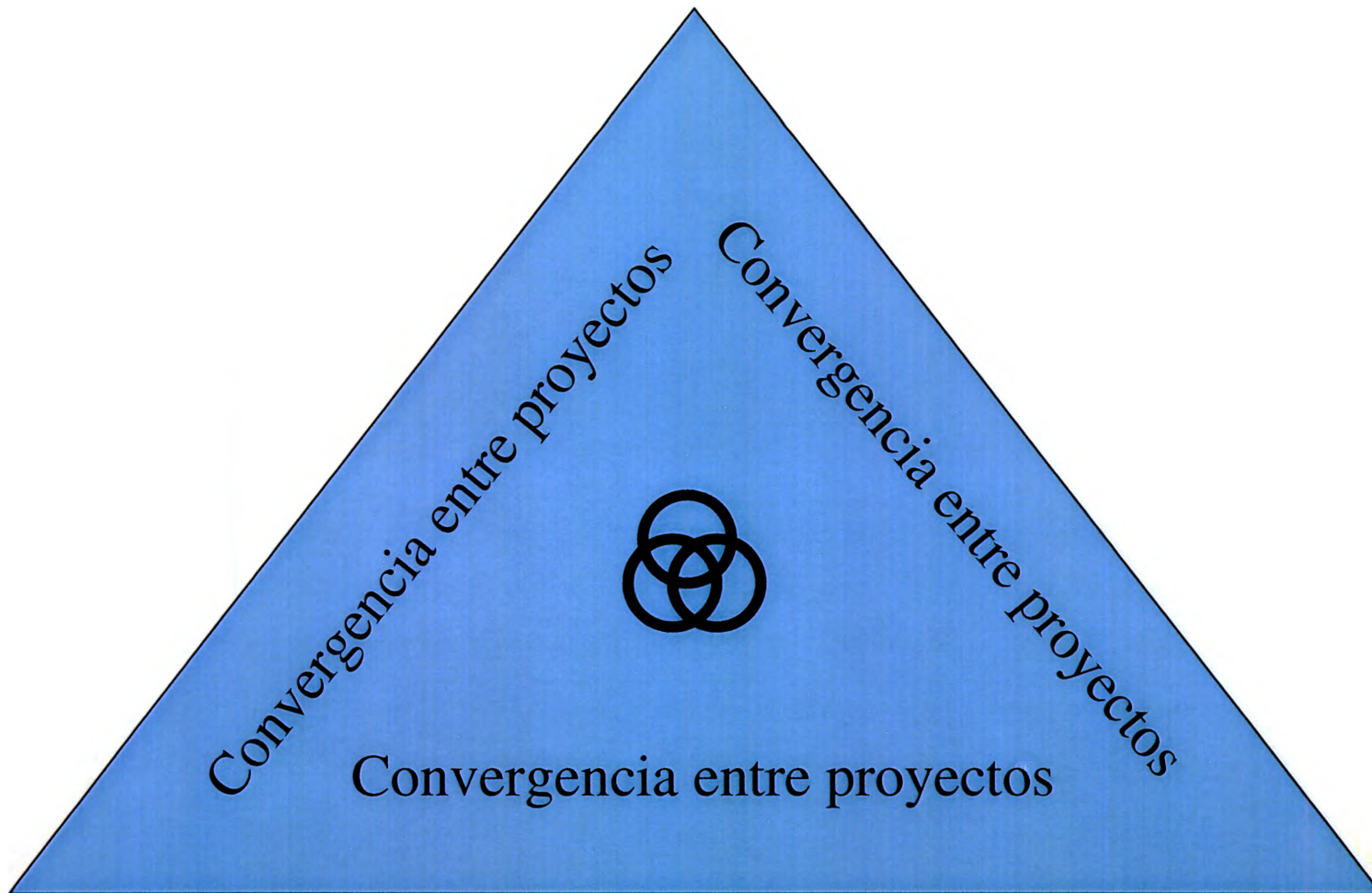
ORGANIZACIÓN PARA EL CAMBIO



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

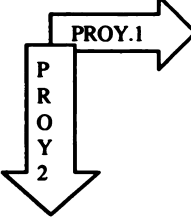
RED





	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 *=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	<div style="border: 1px solid black; height: 150px; width: 100%;"></div>
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”**

CENTRO DE INFORMACIÓN
Y DOCUMENTACIÓN
"RODRIGO FERRER"
IICA-COLOMBIA

1870

RODRIGO PER

1870

