

ESTRATEGIA AGROSAVIA

RUTA DE IMPACTO

PROPÓSITO SUPERIOR
TRANSFORMAR DE MANERA SOSTENIBLE EL SECTOR AGROPECUARIO COLOMBIANO CON EL PODER DE CONOCIMIENTO PARA MEJORAR LA VIDA DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES

22 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

13 INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

VISIÓN COMÚN DE LA AGENDA I+D+I CON ACTORES DEL ENTORNO
MODELO DE VINCULACIÓN OT
MODELO DE RELACIONAMIENTO DE AGROSAVIA

ESTRATEGIA DISEÑO CENTROS DE EXPERIENCIA

MODELO DE VINCULACIÓN OT

ACCIONES DE SOPORTE AL SNIA
VISIÓN COMÚN DE LA AGENDA I+D+I CON ACTORES DEL ENTORNO

- 1.1 AJUSTAR MODELO DE CAPTURA DE DEMANDAS (2022)
- 1.2 LOGRAR 90% DE PROYECTOS Y OT RECONOCIDAS (2022)
- 1.3 LOGRAR QUE EL 100% DE LAS OTS PRIORIZADAS CUENTEN CON UNA ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN DEFINIDA (2022)
- 1.4 REALIZAR EL 70% PROJ. I+D CON PRODUCTORES (2025)
- 1.5 GENERAR RETORNO DE 5 PESOS POR PESO INVERTIDO (2030)
- 1.6 EJECUTAR 70% VINCULACIÓN CON OTROS ACTORES (2025)
- 1.7 ALCANZAR MÁS DE UN 40% DE ADOPCIÓN DE OTS (2025)
- 1.8 ASEGURAR UNA VARIACIÓN POSITIVA EN EL IMPACTO (2030)

MODELO CENTRADO EN EL PRODUCTOR Y SU CLIENTE

2 VISIÓN COMÚN DE AGENDA DE I+D+I

3 MEDICIÓN Y RETROALIMENTACIÓN CONSTANTES

4 MODELO DE GESTIÓN EN REDES EFICIENTE Y ÓPTIMO

3.1 CONSOLIDAR MECANISMOS IMPACTO Y SEGUIMIENTO (2022)

3.2 INCREMENTAR RECURSOS AGENDA DIFERENTES A TV (2030)

4.1 CONTAR CON UN MODELO DE GESTIÓN EN REDES EFICIENTE Y UN PROCESO DE AGENDA OPORTUNO CON CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN (2022)

4.2 CONSOLIDAR ESTRATEGIA TRANSDISCIPLINAR (2022)

6 TALENTO HUMANO TRANSFORMADOR CON SENTIDO PERTINENCIA

5 GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ORIENTADA

6.3 TRANSFORMAR LA CULTURA CON ENFOQUE AL CLIENTE (2025)

3 MEGA 2030 MEJORAR LA PERCEPCIÓN POSITIVA DE NUESTRO IMPACTO

2 MEGA 2025 SER UN REFERENTE DE LIDERAZGO EN CTI

1 MEGA 2022 FORTALECER LA CONEXIÓN CON EL PRODUCTOR

5.3 MEJORAR VISIBILIDAD PROYECCIÓN INVESTIGACIÓN (2030)

5.3 MEJORAR 60% RECONOCIMIENTO NIVEL INTERNACIONAL (2025)

5.2 GESTIONAR MODELO DE REPUTACIÓN CORPORATIVO (2025)

5.1 CONSOLIDAR CANALES Y PLATAFORMAS VIRTUALES (2025)

6.2 ESTAREMOS EN EL TOP 10 DE LAS MEJORES EMPRESAS (2030)

6.1 ALINEAR INCENTIVOS CON ESTRATEGIA CORPORATIVA (2022)

ANÁLISIS ADOPCIÓN E IMPACTO OT CORPORACIÓN
ESTRATEGIA INTEGRAL AGENDA DINÁMICA

ESTRATEGIA MOVILIZACIÓN RECURSOS

ESTRATEGIA INTEGRAL AGENDA DINÁMICA

MODELO DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO EN REDES

ESTRATEGIA COMUNICACIÓN INTERNA

SISTEMA RECONOCIMIENTO E INCENTIVOS

ESTRATEGIA COMUNICACIÓN EXTERNA

ESTRATEGIA COMUNICACIÓN EXTERNA