

PLAN ESTRATÉGICO

RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA – ASODESPENSA DEL HUILA

PABLO RIOS VERA

GERENTE

2024

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCION | 3 |
| 2. HISTORIA ORGANIZACIONAL | 5 |
| 3. INFORMACION DE LA ORGANIZACIÓN | 6 |
| 3.1 INFORMACIÓN GENERAL | 6 |
| 3.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA | 7 |
| 3.3 ALCANCE DE LA PLANEACION ESTRATÉGICA | 8 |
| 4. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO..... | 9 |
| 4.1 OBJETIVO GENERAL..... | 10 |
| 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 10 |
| 5. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS | 11 |
| 5.1 MISIÓN..... | 11 |
| 5.2 VISIÓN | 11 |
| 5.3 PRINCIPIOS..... | 12 |
| 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 13 |
| 7. MAPA DE PROCESOS | 14 |
| 8. DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL | 15 |
| 8.1 ASPECTOS LEGALES..... | 15 |
| 8.2 ANALISIS DOFA | 15 |
| 9. ESTRATEGIAS..... | 17 |
| 10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 24 |

1.INTRODUCCION

El sector de la economía solidaria tiene como esencia la solidaridad y responsabilidad social y busca generar un impacto positivo en los territorios y comunidad en general promoviendo el desarrollo sostenible, en busca de un bienestar colectivo, inclusión social y apoyo mutuo.

Las decisiones de política pública del gobierno nacional de Colombia, ha implementado proyectos para fortalecer el sector solidario con sus diferentes formas asociativas y fomentar el desarrollo rural, esto implica trabajar para que las comunidades y territorios potencien sus recursos, uno de ellos es el apoyo al sector agropecuario que es un sector crucial en la economía colombiana, porque representa una parte significativa del PIB y genera empleo para una gran parte de la población rural, sin embargo, enfrenta desafíos como la dependencia de ciertos cultivos y la falta de diversificación.

Por lo anterior, El fortalecimiento al sector agropecuario y la participación comunitaria son esenciales para abordar los problemas del sector y promover un desarrollo equitativo y sostenible.

Con el Convenio de Asociación 06 de 2022, celebrado entre el Departamento del Huila – Secretaria de Agricultura y Minería y la Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias – Asocooph, para el “FORTALECIMIENTO DE LOS ESQUEMAS ASOCIATIVOS Y COOPERATIVOS QUE PERMITAN EL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROPECUARIO EN EL HUILA”. es una de las varias formas del Gobierno Nacional para contribuir a la construcción de territorios solidarios.

La estructuración de este Plan Estratégico para ASODESPENSA DEL HUILA, surge como parte del fortalecimiento asociativo para la Organización y obedece a la necesidad que tiene la Asociación de disponer de un instrumento orientador para la toma de decisiones y un crecimiento continuo, que permita potencializar sus recursos, ejecutar y desarrollar planes, programas y proyectos que tiendan a satisfacer y/o defender los intereses y necesidades comunes de sus asociados, impulsando la economía social, solidaria, y comunitaria, contribuyendo al fortalecimiento del tejido social, la sostenibilidad económica y ambiental de la organización, logrando la dinamización de la economía local, generación de ingresos y mejoramiento de condiciones de vida de la población.

Como organización de carácter solidario, tendrá diferentes áreas de enfoque para abordar las problemáticas en diferentes escenarios que afronta la Asociatividad Solidaria. de la siguiente manera:

- Desarrollo comunitario, fomento de la participación local y territorial
- Medio Ambiente: Conservación de la naturaleza, educación ambiental y sostenibilidad.
- Arte, Recreación y Deporte: Organización de eventos culturales, promoción del deporte, el bienestar y la inclusión a través de actividades recreativas.
- Educación: Capacitaciones educativas de Asociatividad, tutorías, y promoción de la alfabetización.
- Social, Dar reconocimiento, amplitud al papel del agricultor en la sociedad y de sus cooperados.
- Político, construir espacios solidarios, donde se aporte de manera crítica y constructiva al fortalecimiento territorial sin importar el color o identidad política, sino las necesidades colectivas del territorio.

- Económico, sostener y desarrollar sus actividades que le permitan realizar su objetivo principal de bienestar social y ayuda colectiva, mediante ingresos propios o financiación.

2. HISTORIA ORGANIZACIONAL

La RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA – ASODESPENSA DEL HUILA, es una organización de la economía solidaria de segundo grado de integración, de derecho privado, sin ánimo de lucro. Emerge por el anhelo compartido de impulsar el desarrollo e innovación en la transformación agropecuaria en la región de Algeciras y departamento del Huila y, con ello propiciar el florecimiento del emprendimiento, la sostenibilidad ambiental y las capacidades productivas económicas; como respuesta a la necesidad imperante de los agricultores del departamento del Huila por precios justos de sus productos, trabajo digno y mejora en sus condiciones de vida.

Constituida con el apoyo y articulación del Convenio de Asociación 06 de 2022, celebrado entre el Departamento del Huila – Secretaria de Agricultura y Minería y la Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias – Asocooph. Fundada el 28 de noviembre del 2024, por 8 organizaciones de la economía solidaria.

Bajo el liderazgo visionario del señor Pablo Ríos Vera, la Asociación se erige como un pilar fundamental en la economía solidaria y la asociatividad, desafiando el paradigma convencional de una economía centrada en el beneficio individual, este estatus refleja su compromiso con principios que trascienden de la ganancia individual, orientándose hacia prácticas esenciales para la construcción de sociedades más equitativas y colaborativas.

3. INFORMACION DE LA ORGANIZACIÓN

3.1 INFORMACIÓN GENERAL

| | |
|---|--|
| Razón Social | RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA |
| | Sigla “ASODESPENSA DEL HUILA” |
| Nit | 901.894.772 - 1 |
| Representante legal | Pablo Ríos Vera |
| Departamento | Huila |
| Municipio | Algeciras |
| Domicilio | Cr 5 No. 3 - 59 Centro |
| Celular | 3115964672 / 3114917144 |
| Actividad económica | 9499-Actividades de otras asociaciones n.c.p. 0150-Explotación mixta (agrícola y pecuaria) 0123-El cultivo de café |
| Descripción del producto/servicio/ o labor social | Producción y transformación de productos agrícolas y pecuarios Y apoyo social y comunitario. |
| Correo electrónico | asodespensahuila@gmail.com |

3.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA



ASODESPENSA DEL HUILA, desarrolla sus actividades en el departamento del Huila, municipio de Algeciras de acuerdo a las unidades productivas de cada uno de sus Asociadas, con condiciones geográficas privilegiadas por la variedad de pisos térmicos que permite la diversidad de cultivos.

Dirección principal: CR 5 No. 3 - 59 Centro - Algeciras - Huila

3.3 ALCANCE DE LA PLANEACION ESTRATÉGICA

Desarrollar el plan estratégico para la RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA - ASODESPENSA DEL HUILA, implica definir la dirección que se tomará para establecer los objetivos y metas que se proyectan alcanzar dentro y fuera de la Asociación.

El plan abarca todos los órganos de administración y control, además de la consolidación de comités de trabajo eficientes y sostenibles, que permiten centrar los objetivos políticos, culturales, sociales, económicos y asociativos según las necesidades del territorio.

Lograr durante el diseño e implementación del plan estratégico, una iniciativa que promueva la colaboración y unión solidaria entre las organizaciones y otros actores, que fomenten la integración de procesos productivos, sociales, culturales, inclusión, biodiversidad, y de formación, que contribuyan la construcción de paz y convivencia pacífica a nivel local y/o territorial, que impulse escenarios de bienestar y comercialización conjunta, que contribuya al desarrollo integral de la sociedad mediante el apoyo a áreas y sectores de la economía solidaria.

Uno de los principales logros de este plan es la clarificación de la visión y misión de la Asociación, con el fin de establecer metas y objetivos claros que refleje la dedicación a la producción sostenible, calidad de los productos y el compromiso de cada una de las personas que hacen parte de la Asociación.

Además, se han documentado estrategias específicas para mejorar la cadena de suministro, optimizar las operaciones y fortalecer las relaciones de cada uno de las asociadas. Lograr la inversión de tecnología y capacitación del personal como elemento crucial para aumentar la eficiencia y mantener altos estándares de calidad de los productos finales.

La conciencia ambiental y social ha sido un aspecto central de las estrategias. estableciendo prácticas agrícolas responsables y programas de responsabilidad social empresarial que beneficiarán no solo a la Asociación, sino también al entorno y la comunidad.

El plan estratégico es una propuesta flexible y emprendedora, que debe ser retroalimentada por la Organización y actualizada en la medida que las condiciones lo ameriten.

Para la implementación del plan estratégico, se debe tener en cuenta el grado de avance en términos de inclusión administrativa, productiva, comercial y económica de las organizaciones.

4. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA, es una organización del sector solidario, sin fines de lucro, dedicada a la producción y comercialización de productos agrícolas y pecuarios, creada bajo los lineamientos de un comercio justo, calidad del producto y prácticas sostenibles de producción y comercialización que beneficie y mejore las condiciones de vida de los pequeños productores y sus familias.

4.1 OBJETIVO GENERAL

La Asociación tendrá como objetivo principal fomentar, fortalecer y mejorar el sector Agropecuario, para contribuir a mejorar las condiciones de vida de los miembros de las asociadas de base y su entorno familiar, como el desarrollo y avance económico, social, político, ambiental, turístico y cultural de sus asociadas y de la comunidad en general. El instrumento principal para alcanzar este desarrollo será, entre otras, la integración y promoción de todas las empresas solidarias agropecuarias, que le permitan la realización de ruedas de negocios locales, nacionales e internacionales, que propendan por comercios justos, a precios justos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir al desarrollo socio económico de las organizaciones solidarias, así como de las organizaciones ASOCIADAS, a través de esquemas de cooperación con el sector público, privado, nacional e internacional,
- Gestionar y desarrollar proyectos para la gestión tecnológica y productiva de LAS ASOCIADAS,
- Fomentar procesos de mercado justo para la producción agroindustrial con enfoque orgánico y medio ambiental y agroecológicos.
- Gestionar y desarrollar proyectos que permitan la participación de los productos agroindustriales de nuestras ASOCIADAS en mercados de cadenas verdes y mercados justos,
- Diseñar, construir y proyectar plantas para procesos agroindustriales, sistemas de procesos productivos, producción, secado y almacenamiento de materias primas y productos para la exportación
- Contribuir a la promoción del movimiento de la economía solidaria agropecuaria, mediante la coordinación y orientación de actividades en los niveles educativo, formativo e investigativo,

- Contribuir al desarrollo de procesos de organización, investigación científica producción, transformación y comercialización de productos y servicios en general en beneficio de sus asociadas, a través de alianzas estratégicas y alianzas productivas,
- Colaborar a LAS ASOCIADAS en la comercialización de sus productos, diseñando las estrategias que para el logro de tal fin se requieran, tal es el caso de producto valor agregado a sus productos y adquirir al total de la producción de su base social para así garantizar mejores precios y estabilidad en el mercado.

5. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS

5.1 MISIÓN

ASODESPENSA DEL HUILA, entidad sin ánimo de lucro, contribuye al desarrollo sostenible del sector agropecuario, en donde el productor es un actor clave en la conservación del medio ambiente, la seguridad alimentaria y el bienestar de sus comunidades, en aras de mejorar sus condiciones de vida.

5.2 VISIÓN

ASODESPENSA DEL HUILA, para el año 2027 será reconocida a nivel regional por fortalecer la capacidad productiva y económica de los pequeños productores agropecuarios, garantizando su acceso a mercados justos y sostenibles, mediante buenas prácticas agrícolas y bienestar social.

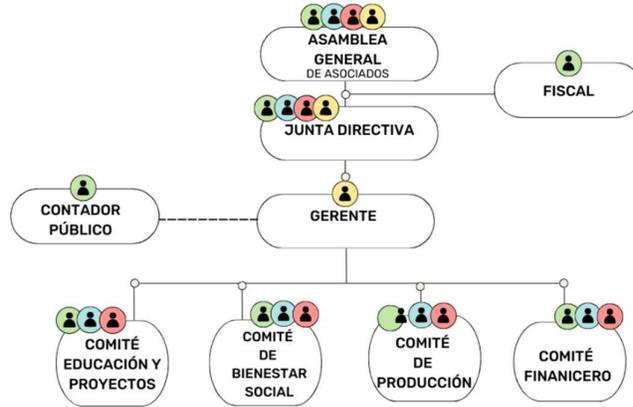
5.3 PRINCIPIOS

RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA se rige por los principios y valores universales de la Economía Solidaria, y en tal sentido, velará por salvaguardar el carácter axiológico de las normas que la reglamentan, y su ejercicio o actividad, estará regido por los siguientes principios:

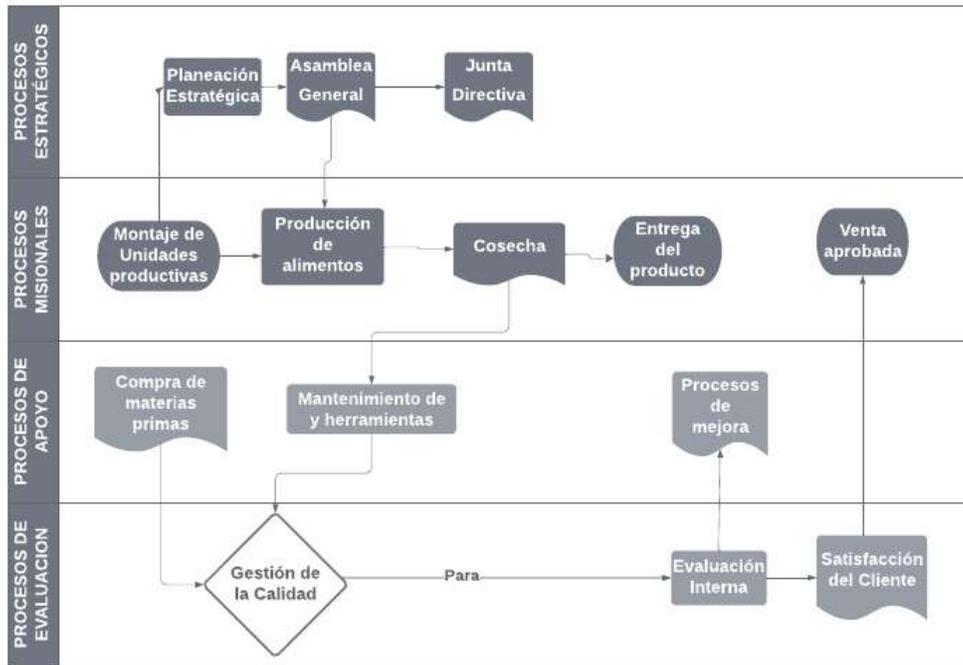
- a. Autoayuda
- b. Autorresponsabilidad
- c. Democracia
- d. Igualdad
- e. Equidad
- f. Solidaridad
- g. Adhesión voluntaria y abierta
- h. Autonomía e independencia
- i. Identidad regional
- j. Asociatividad

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es importante para ASODESPENSA DEL HUILA, generar una estructura organizacional para coordinar y controlar las tareas, roles y responsabilidades con el fin de lograr objetivos y estrategias establecidas.



7. MAPA DE PROCESOS



8. DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

8.1 ASPECTOS LEGALES

- Estatutos De Constitución
- Certificado de Existencia y Representación Legal
- RUT - Registro Único Tributario

8.2 ANALISIS DOFA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| La generación de valor agregado que otorgan a la cadena, mediante el desarrollo de productos de agroindustria tecnológica | Falta de asistencia técnica Bajo nivel económico de Organización |
| Experiencia de los asociados en la producción agrícola y pecuaria. Diferentes pisos térmicos de la Región que permiten la variedad de productos. | Las condiciones climáticas, y la dependencia excesiva de factores climáticos puede ser una debilidad si no se desarrollan estrategias de gestión de riesgos. No cuentan con estrategias de distribución y comercialización definidas, entre ellas estrategias de fijación de precios. |
| Pertencen a una organización de segundo nivel. No intermediación para la comercialización de los productos agropecuarios. | Bajo conocimiento en el manejo de herramientas ofimáticas, tecnológicas para manejo administrativo y de redes sociales. |
| El enfoque de los programas de soberanía alimentaria, a través de la producción de productos agropecuario. | No cuentan con infraestructura tecnológica para los procesos de producción agrícola y pecuaria |
| Capacidad productiva de la organización, (poseen una unidad productiva mínima por cada asociado, lo que les otorga poder de negociación). | Restricciones financieras que podrían limitar su capacidad para implementar programas y mejoras en los mercados campesinos. |

| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--|---|
| Oferta de programas y servicios de diferentes entidades públicas y privadas. | Presencia de delincuencia común y actores del conflicto en zonas rurales. |
| Pertener al sector alternativo de la economía solidaria, posibilitando procesos de integración comunitaria y de alianzas estratégicas. | Crisis económica que afecta el poder adquisitivo del consumidor |
| Apoyo organizacional y asociativo con ASOCOOPH y otras entidades. | Mal estado de las vías de acceso. |
| Realizar diferentes alianzas estratégicas y convenios de cooperación. | Cambios e inestabilidad en el contexto Político. |
| Buscar la integración colectiva con organizaciones sin ánimo de lucro, para impulsar escenarios culturales, sociales, de comercialización, educación, construcción de alianzas, redes, y la obtención y distribución asociativa de recursos a nivel local y/o territorial. | Cambio climático |
| Posibilidad de generar ingresos con Presentación de proyectos a convocatorias gubernamentales. | Cambios imprevistos en las preferencias del consumidor afectan la rentabilidad de los mercados campesinos. |
| Diversificación de productos para la generación de nuevas fuentes de ingresos, entre ellos el turismo rural. | Cambios en la normatividad tributaria para las organizaciones solidarias, o carga impositiva de impuestos. |
| | Corrupción en los procesos estatales en la presentación de los proyectos productivos, económicos y sociales. |
| | La competencia con grandes cadenas de supermercados y otros, ya que estas pueden ofrecer precios más bajos y una mayor variedad de productos. |

9. ESTRATEGIAS

Las siguientes directrices contenidas en este plan estratégico, son los pilares de base en los cuales se centrará la actividad de ASODEPENSA DEL HUILA en los próximos años para la construcción de tejido social y comunitario:

ESTRATEGIA 1 - Fortalecimiento Organizacional: Fortalecimiento administrativo, productivo y de la base social; que dinamice los procesos internos de la organización y potencialice sus unidades productivas.

ESTRATEGIA 2 – Desarrollo ambiental: Educación, sensibilización e iniciativas de prácticas sostenibles ambientales para el uso eficiente de los recursos y reducción de residuos.

ESTRATEGIA 3 – Desarrollo Local: Establecer redes y alianzas, que permitan el trabajo en red con otras organizaciones, instituciones, gremios, agencias nacionales, academias de enseñanza, y sectores políticos para incidir en las políticas públicas.

ESTRATEGIA 4 – Integración Cooperativa y Solidaria: Generación de espacios de integración y cooperación productiva, ambiental, social, cultural, política, educativa y comunitaria; con transferencia de innovaciones tecnológicas y asistencia técnica a la organización.

ESTRATEGIA 5 - Económica: Garantizar la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible de la organización

ESTRATEGIA 6 – Desarrollo de Marketing. Promotoría para difundir las actividades y/o unidades productivas, sociales y empresariales.

META ORGANIZACIONAL: FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL ADMINISTRATIVO/PRODUCTIVO: Trabajar en favor de la Organización en el desarrollo de su actividad productiva y administrativa, con iniciativas sociales, educativas y culturales, que beneficien a los Asociados, sus familias y comunidad en general; promoviendo el sentido de pertenencia y compromiso.

ESTRATEGIA 1: Fortalecimiento administrativo, productivo y de la base social; que dinamice los procesos internos de la organización y potencialice sus unidades productivas.

| OBJETIVOS ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
|--|---|---|---------------------|--|--|
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Establecer canales de comunicación interna, para fomentar la colaboración y trabajo en equipo de los colaboradores y asociados | Seleccionar canales de comunicación (Reuniones presenciales y/o virtuales, correo electrónico, WhatsApp, Chat grupal), cuando se deben utilizar, claridad de la información. | Crear mail institucional, manejo de comunicación escrita, video llamadas, video conferencias y apps móviles. | TRIMESTRAL | Revisión periódica para ajustar y mejorara los canales según las necesidades | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Implementar programas de Capacitación para líderes y su base social | Capacitación y formación en economía solidaria y otros: (recurso humano, finanzas, contabilidad, proyectos, comunicaciones, marketing, parte operativa o de producción, etc.). | Identificar y aprovechar capacitación y formación de entidades públicas y privadas como el Sena, Cámaras de Comercio, Institutos entre otros. | TRIMESTRAL | Certificados de los procesos de formación y/o Registros de asistencia | |
| Incrementar la base social y participación | Atraer asociados y establecer una estructura organizativa. (Definir roles y responsabilidades a cada miembro del equipo) y fortalecer y crear comités de trabajo. Convocar e involucrar a jóvenes y sus familias a participar en las actividades de la organización | Trabajo en equipo y participación de toda la base social, familia y comunidad. | | Actas de reunión y avances | |

| | | | | | |
|---|--|--|------------|----------------------------|--|
| Potencializar y dinamizar las unidades productivas, Fortaleciendo las actividades operacionales de producción, transformación y comercialización agropecuaria | Identificar y documentar los cultivos de los asociados y la región, procesos de producción y comercialización. | Establecer programas, talleres y capacitación sobre las actividades operativas y capacitar a los productores; aprovechar las experiencias y saberes de los Asociados y autocapacitarse y conocer sus unidades productivas. | TRIMESTRAL | Actas de reunión y avances | |
|---|--|--|------------|----------------------------|--|

| META ORGANIZACIONAL: DESARROLLO AMBIENTAL: Contribuir a la sostenibilidad y protección del medio ambiente. | | | | | |
|---|---|--|---------------------|---|--|
| ESTRATEGIA 2: Educación, sensibilización e iniciativas de prácticas sostenibles ambientales para el uso eficiente de los recursos y reducción de residuos. | | | | | |
| OBJETIVO(S) ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Diseñar y estructurar un Plan Ambiental promueva la sostenibilidad, conservación de recursos naturales y la adaptación al cambio climático en la comunidad | De acuerdo a los proyectos o actividades a realizar, diseñar un plan ambiental que proteja al medio ambiente, y así contribuir al bienestar de las generaciones futuras. | Elaborar medidas y acciones específicas que permitan reducir o mitigar los impactos negativos. como el uso de tecnologías limpias, la implementación de prácticas sostenibles. | TRIMESTRAL | Porcentaje de acciones implementadas, recursos asignados para cada estrategia. | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Fomentar la Educación y sensibilización ambiental | Desarrollo de campañas educativas que involucre a todos los actores (asociados, comunidad, clientes, proveedores) en prácticas sostenibles para el cuidado del medio ambiente | Apoyar y organizar eventos educativos en temas ambientales, fomentar y participar en proyectos de limpieza de áreas naturales | TRIMESTRAL | Registro de capacitaciones, eventos, talleres realizados, participantes capacitados | |
| Implementar proyectos para la gestión sostenible de residuos, conservación del agua y fomentar la cultura del reciclaje. | Diseñar actividades y programas que permitan la mitigación, control y disminución de impactos negativos al medio ambiente. | Reducción de residuos (Compostaje, reciclaje), conservación del agua, reforestación (Plantación de árboles) y conservación de ecosistemas | TRIMESTRAL | Cantidad de residuos reciclados, número de puntos de reciclaje implementados, áreas de cultivos que adoptan practicas sostenibles | |

| META ORGANIZACIONAL: INTEGRACION COOPERATIVA Y SOLIDARIA: Establecer alianzas de colaboración con otras organizaciones, entes gubernamentales, ONG, u otros, para generar mayor impacto social involucrando a la comunidad. | | | | | |
|--|---|---|---------------------|---|--|
| ESTRATEGIA 3: Establecer redes y alianzas, que permitan el trabajo en red con otras organizaciones, instituciones, gremios, agencias nacionales, academias de enseñanza, y sectores políticos para incidir en las políticas públicas. | | | | | |
| OBJETIVOS ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Fortalecimiento del tejido social y cooperación social y comunitaria. | Implementar programas de voluntariado, apoyar causas locales y participar en proyectos de responsabilidad social. | Buscar colaboraciones y alianzas con otras entidades Esal, privadas o públicas. | TRIMESTRAL | Hacer control de los adelantos sociales | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Formar alianzas y colaboraciones con otras entidades, para acceder a nuevos mercados, mejorar y diversificar los productos, obtener recursos técnicos y financieros, que de forma individual son difíciles de alcanzar. | Crear espacios de comunicación, retroalimentación y apoyo mutuo, para obtener donaciones, patrocinios o colaboraciones en proyectos | Organizar y participar en eventos de economía solidaria y compartir historias de impacto a través de colaboraciones, como mercados campesinos | TRIMESTRAL | Numero de eventos que se organizó o asistió | |

META ORGANIZACIONAL: DESARROLLO LOCAL: Mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, fortalecer su economía y fomentar su capacidad de autogestión.

ESTRATEGIA 4: Generación de espacios de integración y cooperación productiva, ambiental, social, cultural, política, educativa y comunitaria; con transferencia de innovaciones tecnológicas y asistencia técnica a las organizaciones.

| OBJETIVOS ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
|--|--|---|---------------------|---|--|
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Trabajar en equipo y contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad, puede ser una fuente de empleo para los asociados y la región. | Construir redes de integración cooperativa y productiva, para aumentar la visibilidad y conectarse con posibles colaboradores. | Organización y participación en los mercados campesinos, ferias y eventos, ofrecer servicios o talleres que generen ingresos, alineados con la misión de la organización. | SEMESTRAL | Soportes construcción de redes - Evidencia de los mercados campesinos y otros | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Gestión con proveedores | Analizar y negociar con proveedores de la región para minimizar sobre costos en los procesos y/o actividades. | Identificación de proveedores y temas de negociación | SEMESTRAL | Contabilizar el número de proveedores locales | |
| Fortalecimiento de las capacidades del recurso humano y técnicas productivas | Crear escuelas del campo, previo diagnóstico de las cadenas productivas | Transferencia de conocimiento de los saberes, ideas, habilidades o información entre personas, educadores, organizaciones u otros | SEMESTRAL | Capacitación | |
| Gestión del Riesgo | Identificar los riesgos que afronta la unidad productiva, a nivel operativo, ambiental, económico, social, humano y político y buscar herramientas efectivas para su mitigación. | Desarrollar planes de contingencia que incluyan procedimientos específicos para manejar crisis o situaciones inesperadas. | TRIMESTRAL | Evidencia de reuniones con partes interesadas y soporte de temas tratados | |

META ORGANIZACIONAL: DESARROLLO ECONOMICO: Obtener recursos económicos, financiación de proyectos y actividades a través de donaciones y subvenciones gubernamentales.

ESTRATEGIA 5: Garantizar la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible de la organización

| OBJETIVOS ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
|---|---|--|---------------------|--|--|
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Elaboración de plan de negocios enfocado al sector agropecuario que optimice los recursos, control de costos y gastos. | Elaborar un plan de negocios para aumentar los ingresos, se potencialicen las ventas, se optimicen recursos, se disminuyan costos y se aumente la productividad y rentabilidad de la unidad productiva. | Ejecución y seguimiento del plan de negocios | SEMESTRAL | Plan de negocios y proyecciones | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Desarrollo de la actividad económica | Venta de productos y servicios agropecuarios, para alcanzar un crecimiento sostenible en lo social, ambiental y económico y cumplir con su misión social y comunitaria. | Definir con los asociados los productos a comercializar y realizar actividades e involucrar a la comunidad | TRIMESTRAL | Registro de ventas y actividades realizadas | |
| Diversificación de las fuentes de ingreso. | Crear productos derivados como (Confitería, galletas, dulces, quesos), programas sociales y turísticos. | Crear recetas y elaboración de los productos derivados, apoyo social, comunitario y turístico. | SEMESTRAL | Recetas, presupuestos y productos, evidencias de trabajo social, comunitario y turístico. | |
| Gestionar la financiación de proyectos de inversión que permitan adquirir la infraestructura requerida en el área de producción y distribución. | Identificación de fuentes públicas y privadas de financiación, para obtener apoyo para infraestructura, capacitación y apoyo técnico. | Revisión periódica de plataformas gubernamentales y privadas de entidades de apoyo como ADR, Gobernación y otras. | TRIMESTRAL | Registro y evidencia de seguimiento de recursos gestionados a través de proyectos y convocatorias. | |
| Buscar patrocinios y colaboraciones comerciales. | Crear, diseñar, construir y presentar proyectos de inversión productiva y comunitaria, ante entidades gubernamentales, privadas, ONG entre otras. | Revisión periódica de plataformas gubernamentales y privadas de entidades de apoyo como ADR, Gobernación y otras. | TRIMESTRAL | Documentos soportes | |
| Impacto social y visibilidad | Darse a conocer y generar un impacto positivo en el sector y la comunidad, promoviendo las actividades que desarrolla. | Desarrollar actividades con la comunidad como proyectos educativos, programas de salud, empoderamiento y liderazgo | TRIMESTRAL | Registro de actividades realizadas | |

META ORGANIZACIONAL: DESARROLLO DE MARKETING: Promoción y reconocimiento ante la comunidad de productos, servicios, apoyo social e interacción y participación con el público en general.

ESTRATEGIA 6. Promotoría para difundir las actividades y/o unidades productivas, sociales y empresariales.

| OBJETIVOS ESTRATEGICOS | PLAN DE ACCIÓN | ACTIVIDADES CLAVES | PERIODO DE MEDICION | INDICADOR | |
|---|--|---|---------------------|--|--|
| | | | | EVIDENCIA- MÉTODO DE CÁLCULO | INDICADOR |
| Estudio de mercadeo | Realizar estudio de mercado que permita identificar oportunidades de negocio, conocer la competencia y comprender a los clientes. | Buscar apoyo de varias entidades como Sena y otros para realizar estudio de mercadeo | SEMESTRAL | Plan de mercadeo | Cumplimiento 100% de las actividades Vs Actividades planificadas |
| Capacitar a asociados en técnicas de ventas y negociación comercial | Buscar capacitación para fortalecimiento en ventas con entidades públicas o privadas | Buscar y participar en capacitaciones de técnicas de ventas y marketing | SEMESTRAL | Evidencias, capacitaciones realizadas. | |
| Fortalecer el mercadeo de los productos, organizar eventos y festivales culturales, deportivos o artísticos para atraer a clientes. | Visitar nuevos clientes potenciales (Supermercados, hoteles, restaurantes, otros) para dar a conocer la Asociación y sus productos y participar en ferias, encuentros. | Incentivar la parte comercial e identificar y visitar presencial y virtual a potenciales clientes | TRIMESTRAL | Brochure Empresarial (Portafolio de productos y servicios), registro visita clientes | |
| Incentivar el prosumo | Fomentar participación activa de los consumidores en la producción, mediante espacios colaborativos físicos o digitales, en donde el consumidor pueda compartir ideas, comentarios, y contribuir en la mejora o creación de un producto. | Realizar ferias, mercados campesinos donde se vincule al consumidor y el productor | TRIMESTRAL | Evidencia de actividades realizadas | |
| Usar y/o fortalecer el mercadeo digital | Generación de contenido para las redes sociales, vídeos promocionales con historia de los productores. | Creación de página web, redes sociales como Facebook, Instagram y otros y crear contenido | TRIMESTRAL | Página WEB y Redes Sociales Empresariales. | |

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

RED DE ASOCIACIONES DE LA DESPENSA AGROPECUARIA DEL HUILA presenta una sólida estructura organizativa, respaldada por una junta directiva con capacidad para guiar a las asociadas hacia el crecimiento empresarial y el reconocimiento regional en la producción y comercialización agrícola y pecuaria, la diversificación de las actividades productivas refleja un enfoque integral y emprendedor.

No obstante, la identificación de la necesidad de generar proyectos que beneficien a la comunidad y la proyección hacia la producción y transformación agrícola y pecuaria evidencian una continuidad el tiempo. Sin embargo, se identifica una debilidad importante la falta de infraestructura para llevar a cabo la transformación de sus productos.

Es una actividad con potencial requiere fortalecimiento y es esencial implementar equipos que faciliten la producción, aumenten la capacidad de productos para comercializar y amplíen el sector de negocios de la Asociación. Este desarrollo debe ir acompañado de un análisis detallado de los costos operativos para garantizar la sostenibilidad financiera.

Además, se destaca la importancia de reconocer las debilidades de la Asociación para establecer estrategias que minimicen los riesgos y promuevan el crecimiento colectivo del negocio. La necesidad de fortalecer habilidades y conocimientos administrativos y operativos es crucial para estandarizar los procesos de la Asociación y asegurar su éxito a largo plazo.

En conclusión, el desarrollo del Plan Estratégico para ASODESPENSA DEL HUILA representa un paso fundamental hacia el crecimiento sostenible y la prosperidad a largo plazo. Durante este proceso, se ha analizado detenidamente el entorno empresarial, identificado las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrentan en los mercados y está en una posición

propicia para crecer y contribuir al desarrollo local, siempre y cuando se aborden las debilidades identificadas y se implementen estrategias que fortalezcan su capacidad productiva y sostenibilidad financiera.

Se recomienda:

La elaboración de un plan de negocios, ambiental y marketing.

Desarrollar programas de capacitación específicos para fortalecer las habilidades y conocimientos técnicos del personal involucrado en la transformación de los productos, garantizando un proceso eficiente y de alta calidad.

Buscar alianzas con empresas o expertos en la industria para obtener asesoramiento técnico y comercial, así como para explorar posibles oportunidades.

Continuar con la identificación y ejecución de proyectos que beneficien a la comunidad local, consolidando así el papel de la Asociación como un actor clave en el desarrollo sostenible de la región.