

PLAN ESTRATÉGICO

FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

HERNANDO GALINDO CUELLAR

PRESIDENTE

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.....	9
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
5. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS.....	11
5.1 MISIÓN	11
5.2 VISIÓN	11
5.3 PRINCIPIOS	11
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
7. MAPA DE PROCESOS.....	12
8. MAPA DE PROCESOS.....	13
9. DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL.....	14
9.1 ASPECTOS LEGALES	14
9.2 ANALISIS DOFA.....	14
10. ESTRATEGIAS	16
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	23

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 agropecuario desde lo solidario con sus diferentes formas asociativas y fomentar el desarrollo rural generando un impacto social que contribuya al empoderamiento del campo y su desigualdad social, esto implica trabajar para que las comunidades y territorios potencien sus recursos.

El sector agropecuario es crucial en la economía colombiana, porque representa una parte significativa del PIB y genera empleo para una gran parte de la población rural, y enfrenta varios desafíos que afectan su sostenibilidad y capacidad de adaptación a los mercados globales, como deficiencias en infraestructura, baja productividad, uso ineficiente de recursos, cambio climático, acceso limitado a financiamiento y crédito, desigualdad rural y pobreza entre otros.

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

Con el Convenio de Federación 06 de 2022, celebrado entre el Departamento del Huila – Secretaria de Agricultura y Minería y la Federación 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 FEDEHUILA, surge como parte del fortalecimiento asociativo para la Organización y obedece a la necesidad que tiene la Federación 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 FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA – FEDEHUILA, es una organización de la economía solidaria de segundo grado de integración, de derecho privado, sin ánimo de lucro. Surge como una iniciativa de dos de sus líderes en el mes de octubre del año 2020, quienes aplicaron a una beca para un diplomado en asociatividad, desarrollado en el parque Panaca en el departamento de Quindío, y motivados y comprometidos por el desarrollo del campo en su municipio de Palermo – Huila y convencidos que la unión hace la fuerza, contactan varias organizaciones q compartan sus ideales y crean la federación.

Fundada el 30 de marzo del 2021, por 19 organizaciones de la economía solidaria.

Bajo el liderazgo visionario del señor Hernando Galindo Cuellar, la Federación 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

FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Sigla “FEDEHUILA”

Nit	901.472.696 - 9
Representante legal	Hernando Galindo Cuellar
Departamento	Huila
Municipio	Palermo
Dirección	CL 9 CR 6 LC 10 Artesanías Malecón
Actividad económica	9499-Actividades de otras asociaciones n.c.p.
Descripción del producto/servicio/ o labor social	- Comercialización y transformación de productos agropecuarios. - Promover el desarrollo turístico en la región. - Defender los intereses del sector agropecuario de la región y promover su desarrollo sostenible.
Correo electrónico	fedehuila@gmail.com

3.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA



FEDEHUILA, desarrolla sus actividades en el municipio de Palermo- Huila, con condiciones geográficas privilegiadas por la variedad de pisos térmicos que permite la diversidad de cultivos.

Dirección Principal: CL 9 CR 6 LC 10 Artesanías Malecón

3.3 ALCANCE DE LA PLANEACION ESTRATÉGICA

Desarrollar el plan estratégico para la FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA, implica definir la dirección que se tomará para establecer los objetivos y metas que se proyectan alcanzar dentro y fuera de la organización.

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 Federación, 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 esta Federación.

Además, se han documentado estrategias específicas para mejorar la cadena de suministro, optimizar las operaciones y fortalecer las relaciones de cada uno de los asociados. 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 Federación, 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 FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA, es una organización del sector solidario, sin fines de lucro, dedicada a fortalecer su base social, comunidades y otros procesos colectivos en el departamento del Huila, centrados en el desarrollo rural integral de sector Agropecuario, 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 Federación 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 derivados para su comercialización.
- 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

FEDEHUILA entidad sin ánimo de lucro, trabaja por el bienestar colectivo de los productores agropecuarios y el turismo de la región del Huila. Defendiendo sus intereses y promoviendo el desarrollo sostenible del sector, con el ánimo de mejorar la calidad de vida de las comunidades.

5.2 VISIÓN

FEDEHUILA para el año 2027, será una organización reconocida en el departamento del Huila como una Federación agropecuaria, que impulsa, apoya y fortalece el sector agropecuario y turístico; para que sea más productivo, equitativo y responsable con el medio ambiente.

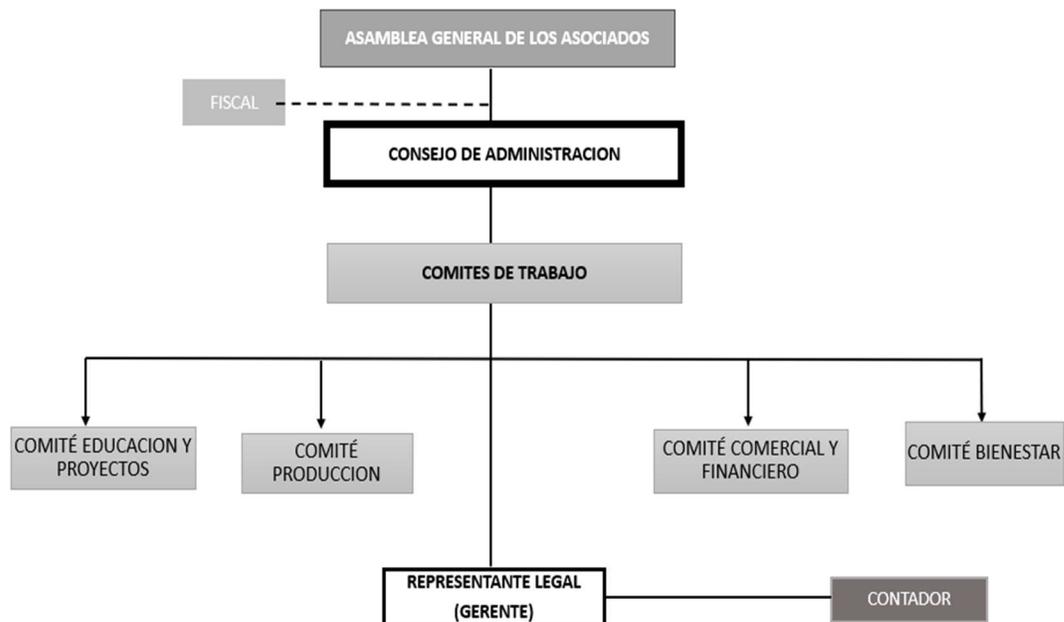
5.3 PRINCIPIOS

LA FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO 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:

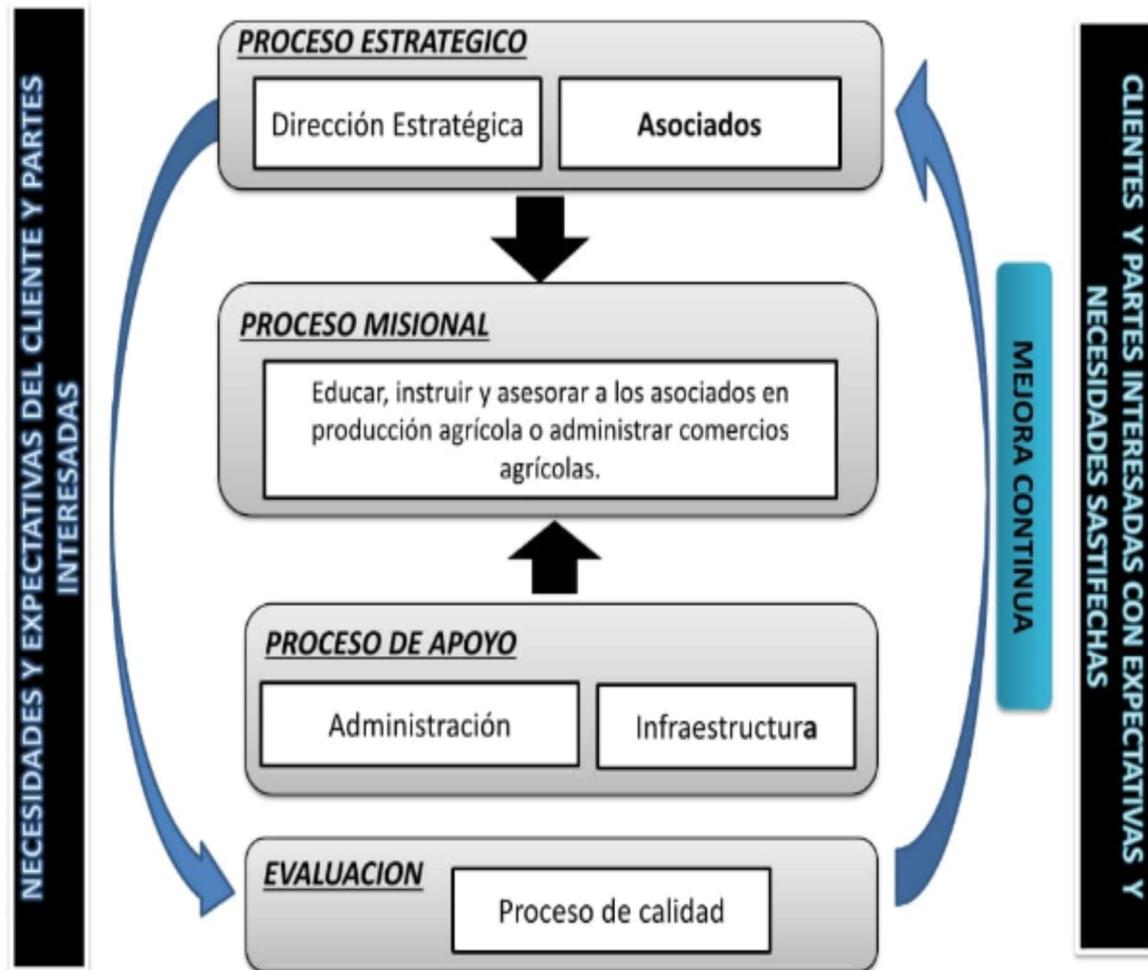
- a. Autoayuda
- b. Autorresponsabilidad
- c. Democracia
- d. Igualdad
- e. Equidad
- f. Solidaridad
- g. Adhesión voluntaria y abierta
- h. Autonomía e independencia
- i. Identidad regional

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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



8. MAPA DE PROCESOS



9. DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

9.1 ASPECTOS LEGALES

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

9.2 ANALISIS DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Visión asociativa y compromiso con el bienestar social.</p> <hr/> <p>Se tienen propósitos claros orientados a un bienestar común y sostenible</p>	<p>Falta de asistencia técnica</p> <hr/> <p>Bajo nivel económico de Organización</p>
<p>Experiencia de los asociados en la producción agrícola, especialmente en el cultivo de plátano.</p> <hr/> <p>Diferentes pisos térmicos de la Región que permiten la variedad de productos.</p>	<p>Las condiciones climáticas, y la dependencia excesiva de factores climáticos puede ser una debilidad si no se desarrollan estrategias de gestión de riesgos.</p> <hr/> <p>No cuentan con estrategias de distribución y comercialización definidas, entre ellas estrategias de fijación de precios.</p>
<p>Pertencen a una organización de segundo nivel.</p> <hr/> <p>Se goza de buena reputación y confianza pública</p>	<p>Bajo conocimiento en el manejo de herramientas ofimáticas, tecnológicas para manejo administrativo y de redes sociales.</p>
<p>El enfoque de los programas de soberanía alimentaria, a través de la producción de y transformación del plátano.</p> <hr/> <p>Capacidad productiva de la organización, (poseen una unidad productiva mínima por cada asociado, lo que les otorga poder de negociación).</p>	<p>No cuentan con infraestructura tecnológica para los procesos de producción agrícola.</p> <hr/> <p>Restricciones financieras que limitan su capacidad para implementar programas y mejoras en los mercados campesinos.</p>

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, ya que estas pueden ofrecer precios más bajos y una mayor variedad de productos.

10. ESTRATEGIAS

Las siguientes directrices contenidas en este plan estratégico, son los pilares de base en los cuales se centrará la actividad la actividad FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO 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 prácticas 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 la organización.

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 sobrecostos 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, evaluar, priorizar y gestionar los riesgos potenciales que pueden afectar la entidad y/o sus proyectos.	Identificar los riesgos que afronta la unidad productiva, a nivel operativo, ambiental, económico, social, humano y político y buscar herramientas efectivas para su mitigación.	Identificar los riesgos (financieros, operativos, ambientales, u otros) e informar a las partes interesadas sobre los mismos y las medidas tomadas.	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 para la ganadería y agricultura que optimice de 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 del negocio	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 del plátano (Confitería, frituras, harina, congelados), 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 Federación 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.	

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La organización FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA presenta una sólida estructura organizativa, respaldada por una junta directiva con capacidad para guiar a los asociados 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 Federación. 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 Federación 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 Federación y asegurar su éxito a largo plazo.

En conclusión, el desarrollo del Plan Estratégico para FEDERACION DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL DEL DEPARTAMENTO 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 Federación como un actor clave en el desarrollo sostenible de la región.