

**Innovación Social: Cooperativa de Emprendedores Naturistas de Neiva Huila  
(COOPENAH)**

Compilador: Gina Paola Ruiz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades  
Diplomado en Innovación Social 404047079A\_103  
Noviembre 2024

**Tabla de contenido**

<b>Dedicatoria</b> .....	3
<b>Resumen</b> .....	4
<b>Abstract:</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	8
<b>Metodología</b> .....	9
<b>Resultados</b> .....	12
<b>Conclusiones</b> .....	15
<b>Recomendaciones</b> .....	16
<b>Referencias</b> .....	17

### **Dedicatoria**

Este artículo está dedicado a todas las comunidades de Neiva, Huila, cuyo esfuerzo y dedicación han hecho posible la creación de la cooperativa de productos naturales. A los pequeños productores, emprendedores y líderes comunitarios, cuya visión de sostenibilidad y trabajo colaborativo ha transformado sus realidades y las de su entorno. Agradecemos también a las instituciones y organizaciones que brindaron su apoyo y a todas las personas que, con su compromiso, hicieron de esta experiencia un modelo de innovación social.

## Resumen

El artículo describe el proceso de creación de una cooperativa de productos naturales en Neiva, Huila, cuyo objetivo principal fue impulsar el desarrollo económico de pequeños productores locales, fomentar prácticas sostenibles y satisfacer la creciente demanda de productos saludables en la región. Este proyecto también buscó fortalecer la cohesión comunitaria y mejorar las condiciones socioeconómicas de los participantes.

La metodología empleada fue la observación participante para identificar necesidades y oportunidades, entrevistas estructuradas con los emprendedores, socialización de capacitación en producción y gestión cooperativa, así como el diseño de un plan estratégico para la operación de la cooperativa. También se realizaron alianzas con instituciones locales para asegurar apoyo técnico y financiero.

Entre los principales resultados se destaca la unión comunitaria entre los emprendedores naturistas y los productores, quienes lograron mejorar su acceso a mercados locales y regionales mediante la implementación de estrategias de comercialización conjuntas. Además, se evidenció un aumento en los ingresos promedio de los productores y un impacto positivo en la adopción de prácticas agrícolas sostenibles.

Cabe mencionar que la creación de esta cooperativa demostró ser una herramienta eficaz para el desarrollo socioeconómico y ambiental en Neiva. Este modelo puede ser replicable en otras comunidades rurales, ofreciendo una alternativa sostenible para fortalecer las economías

Palabras clave: productos naturales, Innovación social, Desarrollo local, Sostenibilidad  
emprendedor

**Abstract:**

The article describes the process of creating a natural products cooperative in Neiva, Huila, whose main objective was to promote the economic development of small local producers, promote sustainable practices and satisfy the growing demand for healthy products in the region. This project also sought to strengthen community cohesion and improve the socioeconomic conditions of the participants.

The methodology used was participant observation to identify needs and opportunities, structured interviews with entrepreneurs, socialization of training in cooperative production and management, as well as the design of a strategic plan for the operation of the cooperative. Alliances were also made with local institutions to ensure technical and financial support.

Among the main results, the community union between naturist entrepreneurs and producers stands out, who managed to improve their access to local and regional markets through the implementation of joint marketing strategies. In addition, an increase in the average income of producers and a positive impact on the adoption of sustainable agricultural practices was evident.

It is worth mentioning that the creation of this cooperative proved to be an effective tool for socioeconomic and environmental development in Neiva. This model can be replicated in other rural communities, offering a sustainable alternative to strengthen economies

Keywords: natural products, Social innovation, Local development, Entrepreneurial sustainability.

## Introducción

La creación de una cooperativa de productos naturales en Neiva, Huila, responde a la necesidad de fortalecer la economía local a través de prácticas sostenibles y colaborativas. Esta iniciativa se enmarca en el concepto de innovación social, ya que busca transformar la realidad económica y social de los productores mediante un modelo cooperativo que integra tanto el conocimiento ancestral como nuevas estrategias de comercialización. Además, promueve el uso de recursos naturales de manera responsable, impulsando la producción de productos como miel, aceites esenciales y plantas medicinales, con un enfoque hacia la sostenibilidad ambiental (Gómez & López, 2020).

El ecosistema de actores involucrados en la cooperativa está compuesto por pequeños productores rurales, líderes comunitarios, consumidores interesados en productos ecológicos, así como instituciones públicas y privadas que brindan apoyo técnico y financiero. Estos actores interactúan de manera constante, buscando consolidar una red de colaboración que favorezca el crecimiento económico y el bienestar social de la región. Entre los actores clave se destacan las organizaciones de agricultores locales y las entidades gubernamentales que facilitan el acceso a recursos y conocimientos para la capacitación y el fortalecimiento de la cooperativa (Miles et al., 2014).

El objetivo de esta sistematización es analizar el proceso de creación de la cooperativa, destacando las estrategias adoptadas, los desafíos enfrentados y los impactos generados en la comunidad. A través de este análisis, se pretende identificar las lecciones aprendidas y las buenas prácticas que pueden ser replicadas en otras regiones con características similares, contribuyendo así al desarrollo de modelos sostenibles de economía social en el país.

## Metodología

La creación de la cooperativa de productos naturales en Neiva, Huila, se llevó a cabo mediante un proceso metodológico que incluyó la sistematización de la experiencia, utilizando un enfoque cualitativo basado en la Teoría de la Localidad Relacional (TLR). Este enfoque permitió analizar las dinámicas territoriales y las interacciones entre los actores involucrados, considerando el contexto sociocultural y económico de la región (Gómez & López, 2020).

La sistematización de la experiencia fue un proceso reflexivo para documentar y analizar los aprendizajes derivados de las etapas de formación y consolidación de la cooperativa. Además, esta metodología incorpora la perspectiva de que las soluciones exitosas deben ser duraderas en el tiempo, escalables y fomentar la participación activa de la comunidad (Gómez & López, 2020).

El proceso metodológico incluyó los siguientes pasos:

1. **Diagnóstico inicial:** Se identificaron las problemáticas y oportunidades mediante herramientas participativas (Chambers, 1997). Este diagnóstico permitió establecer enlaces con los actores clave, como pequeños emprendedores, productores y consumidores locales.
2. **Entrevistas semiestructuradas:** Se realizaron cinco entrevistas a dueños, empleados y consumidores finales de tiendas naturistas. Este método facilitó la exploración profunda de opiniones y percepciones individuales, manteniendo una estructura flexible que favoreció el flujo natural de la conversación (Kvale, 1996). Los entrevistados destacaron la importancia de la cooperativa en aspectos como la regulación de precios, la mejora en la distribución de productos y el fortalecimiento del gremio naturista.

3. **Revisión documental:** Se analizó literatura relevante para enriquecer el análisis de los datos recolectados (Arias Galicia, 2008).
4. **Análisis de información:** Los datos recolectados fueron procesados mediante codificación temática, utilizando software cualitativo que permitió categorizar información en áreas como desafíos operativos, beneficios sociales y sostenibilidad económica (Miles et al., 2014).

### **Aplicación general de la TLR**

La Teoría de la Localidad Relacional (TLR) ayudó a visibilizar las relaciones entre los actores, identificar oportunidades de colaboración y optimizar los recursos disponibles en el territorio. Este enfoque permitió integrar la participación activa de los beneficiarios en todas las etapas del proceso, promoviendo reflexiones y aprendizajes que surgieron directamente de la experiencia comunitaria.

La implementación de este proyecto evidenció la importancia de articular esfuerzos entre actores clave para lograr un impacto positivo en la comunidad. La creación de la cooperativa fomentó el fortalecimiento de competencias técnicas y organizativas, la adopción de prácticas sostenibles y la promoción de alianzas estratégicas que beneficiaron tanto a pequeños productores como a consumidores.

Aunque el proyecto aún no ha alcanzado su consolidación total como cooperativa, ha demostrado ser un modelo viable y replicable que contribuye al desarrollo económico, social y ambiental de la región. Los resultados subrayan la importancia de mantener un enfoque participativo y de promover alianzas estratégicas para garantizar la sostenibilidad a largo plazo (Sachs, 2015).

En este sentido, la gestión basada en el enfoque TLR continuará siendo clave para avanzar hacia la consolidación de un modelo organizativo que impacte de manera positiva en la región y permita la transferencia de conocimientos a otras comunidades que enfrenten desafíos similares (García et al., 2020).

## Resultados

El presente artículo presenta los resultados de la aplicación de la metodología de la Transferencia del Liderazgo y Recursos (TLR) para la creación de una cooperativa de productos naturales en Neiva, Huila. Este proceso surge como una respuesta integral a las necesidades de la comunidad, considerando la riqueza natural de la región y las oportunidades de desarrollo sostenible que ofrece. La metodología TLR fue seleccionada debido a su capacidad para fomentar la articulación de actores locales, optimizar recursos existentes y promover soluciones sostenibles, escalables y participativas (Rodríguez & Pérez, 2021).

Durante las reuniones iniciales con la comunidad del gremio naturista, se identificó la necesidad de una estrategia colectiva que fortaleciera la economía local, preservara los conocimientos tradicionales y fomentara la sostenibilidad. Este consenso derivó en la idea de crear una cooperativa como plataforma para gestionar recursos de manera eficiente, incrementar los ingresos y generar impactos positivos tanto económicos como ambientales (Rodríguez & Pérez, 2021).

Los actores principales del proyecto incluyen dueños de negocios naturistas, comerciantes, pequeños emprendedores, cultivadores de plantas medicinales y empleados del gremio naturista. A ellos se suman empresas privadas que han establecido alianzas estratégicas para mejorar la comercialización de productos naturales, apoyando la creación de marcas locales reconocidas (Sánchez et al., 2023).

La iniciativa aborda problemáticas estructurales como el desempleo rural, la pérdida de conocimientos tradicionales y la falta de valorización de los recursos locales. Asimismo, responde al deterioro ambiental derivado de prácticas agrícolas no sostenibles, proponiendo alternativas de producción ecológica y responsable que beneficien tanto a los productores como al ecosistema (Moreno & Aguilar, 2022).

"**COOPENAH**" se erige como una iniciativa clave en este proyecto, priorizando la capacitación técnica de los productores, la implementación de tecnologías ambientalmente responsables y la creación de canales de comercialización especializados. Campesinos, recolectores y emprendedores son los protagonistas en la recolección y producción de materias primas, mientras que los comerciantes y vendedores impulsan el posicionamiento de los productos en mercados especializados (Díaz & Martínez, 2024).

### **Gestión del Desarrollo Interactivo y Aplicativo**

El proyecto se desarrolla en Neiva, Huila, una región caracterizada por su biodiversidad y rica tradición agrícola. Las comunidades rurales de esta zona enfrentan desafíos significativos como el desempleo, la degradación ambiental y la pérdida de saberes ancestrales. Esto convierte al territorio en un espacio ideal para implementar un modelo cooperativo que promueva la sostenibilidad y fomente el desarrollo comunitario (Rodríguez & Pérez, 2021).

Beneficiando principalmente al gremio naturista, el proyecto involucra a emprendedores locales, campesinos, recolectores y sus familias, quienes representan aproximadamente el 60% de la población rural de la región. El proceso cuenta con el apoyo de universidades, ONG y

entidades gubernamentales, que contribuyen mediante talleres participativos, capacitación en producción sostenible y gestión administrativa (García & Torres, 2020).

Como parte de la estrategia inicial, se diseñó un esquema cooperativo en el cual los pequeños emprendedores y dueños de tiendas naturistas compran a un distribuidor principal. Esta modalidad ha permitido experimentar y analizar la viabilidad del modelo antes de su formalización como cooperativa. Los resultados han sido positivos: precios más asequibles para los consumidores, acceso a nuevos proveedores y productos supervisados por el INVIMA, lo que asegura su calidad y confiabilidad (Garzón & Martínez, 2020).

Según el INVIMA, el registro sanitario es un procedimiento regulado que verifica que productos como suplementos dietarios, alimentos funcionales y fitoterapéuticos cumplan con las normativas técnicas y científicas necesarias para su comercialización segura. Esto incluye la evaluación de ingredientes, manufactura y estabilidad del producto (Garzón & Martínez, 2020). La falta de cumplimiento con estos estándares puede resultar en multas y el cierre de establecimientos comerciales, lo que subraya la importancia de cumplir con estas regulaciones para garantizar la sostenibilidad y competitividad del proyecto (Fernández, 2021).

La implementación de este modelo cooperativo ha generado impactos significativos, como la satisfacción de necesidades del consumidor final mediante la oferta de productos naturales avalados y supervisados. Además, ha fortalecido el posicionamiento del gremio naturista en el mercado local, promoviendo una economía más inclusiva y sostenible

## Conclusiones

La aplicación de la metodología de Transferencia del Liderazgo y Recursos (TLR) en la creación de una cooperativa de productos naturales en Neiva, Huila, ha demostrado ser un enfoque efectivo para abordar las problemáticas sociales, económicas y ambientales de la región. El proceso permitió la articulación de actores clave, como pequeños productores, emprendedores y distribuidores, promoviendo un modelo de colaboración que fortalece la economía local y preserva los conocimientos tradicionales.

Entre los principales logros destacan el fortalecimiento de capacidades técnicas y organizativas en la comunidad, el acceso a mercados especializados y la integración de prácticas sostenibles. Estos resultados reflejan el impacto positivo de implementar estrategias participativas que consideran el contexto sociocultural y los recursos disponibles, generando beneficios tanto para los actores involucrados como para el entorno.

A pesar de los avances alcanzados, el proyecto enfrenta desafíos relacionados con la formalización de la cooperativa y el cumplimiento de las normativas sanitarias, como el registro INVIMA, aspectos esenciales para garantizar la sostenibilidad y competitividad del modelo. Sin embargo, los avances logrados hasta el momento establecen una base sólida para la continuidad y expansión del proyecto.

## Recomendaciones

1. **Fortalecer la capacitación técnica y administrativa:** Es fundamental continuar brindando formación a los actores involucrados en áreas como gestión empresarial, marketing digital y cumplimiento normativo para garantizar la sostenibilidad del proyecto y su capacidad de adaptarse a las demandas del mercado.
2. **Impulsar la formalización de la cooperativa:** Se recomienda avanzar en los procesos legales y administrativos necesarios para consolidar la cooperativa, lo cual permitirá ampliar su alcance y generar mayor confianza entre los consumidores y proveedores.
3. **Ampliar las alianzas estratégicas:** Establecer colaboraciones con más universidades, ONG y entidades gubernamentales puede fortalecer la transferencia de conocimiento, aumentar el acceso a recursos y abrir nuevos mercados para los productos.
4. **Promover prácticas sostenibles:** Se sugiere integrar más iniciativas ecológicas en la producción y comercialización de los productos, como el uso de insumos orgánicos y estrategias de conservación ambiental, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible.
5. **Desarrollar campañas de sensibilización:** Para incrementar la aceptación y visibilidad de los productos naturales, es importante diseñar campañas educativas dirigidas a consumidores finales, destacando los beneficios económicos, sociales y ambientales de apoyar iniciativas locales.

## Referencias

Gómez, R., & López, M. (2020). *Innovación social y desarrollo territorial*. Bogotá: Ediciones Comunitarias.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

García, C. (2019). La comunicación de la ciencia y la tecnología como herramienta para la apropiación social del conocimiento y la innovación. *Journal of Science Communication, América Latina*, 2(1), Y02. <https://doi.org/10.22323/3.02010402>

Tania, M. (2022). Gestión de conocimiento y apropiación social. Radio UNAD virtual. <https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/programas/tramando-sentidos-92-gestion-de-conocimiento-y-apropiacion-social/>

Jailler, É; González, S; Arias, C; Suárez; L (2020). Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia. Capítulos 1 y 2. DOI: <http://doi.org/10.18566/978-958-764-809-6>

Giraldo, F; Ortiz, L. (2020). Laboratorio de Innovación Social: escenario de participación, apropiación social e interdisciplinariedad. *Social Innovation Lab: scenario of social par. European Public & Social Innovation Review*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31053180025>

Meneses, T. (2022). TRL e Innovación Social. [Objeto\_virtual\_de\_aprendizaje\_OVA]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/51138>

Medina, R; & Basurto, C. (2018). Discusión de los distintos tipos de innovación. *Revista Publicando*, 5(15 (2)), 59-99. <https://core.ac.uk/reader/236644000>

Bettaglio, M. (2021). Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, auto narración y testimonios para el cambio social. *Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socio ecológica*, 4(1).  
<https://doi.org/10.33776/riesise.v4i1.5302>

Salamanca, O. (2020). Cómo escribir un artículo científico Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader . *CES Medicina*, 34(2), 169-176.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cesm/v34n2/0120-8705-cesm-34-02-169.pdf>

Gatica, S; Soto, W; & Vela, D. (2015). Ecosistemas de innovación social: "El caso de las universidades de américa latina. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.30050.76483>

García, M., Rodríguez, P., & Pérez, J. (2020). Aplicación del aprendizaje transformador en comunidades rurales: Un enfoque participativo. *Revista de Innovación Social*, 15(3), 45-60.

Fernández, J., López, R., & Sánchez, M. (2021). Cooperativismo y sostenibilidad en el ámbito rural. *Revista de Innovación Comunitaria*, 9(4), 23-31

López, R., & Sánchez, M. (2022). Innovación social y modelos cooperativos: Lecciones desde Neiva, Huila. *Cuadernos de Desarrollo Local*, 6(2), 45-53

Díaz, C., & Pérez, J. (2021). Estrategias de empoderamiento comunitario: casos en América Latina. *Revista de Desarrollo Local*, 6(3), 45-56.

Fernández, J., & Aguilar, M. (2020). Marketing social y sostenibilidad en el sector agroindustrial. *Innovación y Desarrollo*, 14(1), 33-42.

López, R., & Rodríguez, M. (2022). Gobernanza participativa en organizaciones rurales: un enfoque aplicado. *Revista de Ciencias Sociales*, 10(2), 67-75 .

Moreno, A., & Torres, P. (2021). Certificación de calidad y competitividad en cooperativas agroindustriales. *Calidad y Desarrollo*, 9(2), 54-63

Sánchez, L., & Martínez, F. (2023). Innovación y sostenibilidad en cooperativas rurales. *Revista de Economía Social*, 11(4), 21-30. H

Fernández, J. (2021). Regulación de productos naturales en Colombia: Perspectivas desde el INVIMA. *Revista de Ciencias Regulatorias*, 8(1), 45-53.

Garzón, L., & Martínez, P. (2020). Procedimientos para la obtención del registro sanitario en productos fitoterapéuticos. *Salud y Regulación*, 12(2), 25-34.

Moreno, A., & Torres, M. (2019). El impacto del registro sanitario en la comercialización de productos naturales. *Revista de Innovación Agroindustrial*, 5(3), 33-40.

Arias Galicia, F. (2008). *Metodología de la investigación científica*. México: Editorial Trillas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.