



FORTALECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO SOMBREROS SUAZA M.T.

DUVAN FELIPE TOLEDO MENDEZ

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Garzón

Programa LCNE

Suaza, Huila 07/11/2025

Sombreros Suaza Muñoz Toledo (M.T)

Duvan Felipe Toledo Mendez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Licenciatura en
Ciencias Naturales y Educación Ambiental

Asesores

Hector Julio Vargas Castro

Esp. En Alta Gerencia

Oscar Leonardo Puentes Luna

Mg. En Métoodos de Investigación en Educación

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Garzón

Programa Licenciatura en Ciencias Naturales Y Educación Ambiental

Garzón, 1 de diciembre de 2025

Dedicatoria

*Dedico este proyecto a mi familia,
por su apoyo incondicional,
por motivarme a seguir adelante
y por ser la base que inspira
cada uno de mis logros.*

*A quienes creyeron en mí incluso
en los momentos más difíciles,
este trabajo es reflejo
de su confianza y amor.*

*La artesanía suaceña
es parte esencial de esa cultura:
un tejido de saberes, memorias
y esperanzas que
fortalecen a nuestra comunidad.*

*Este proyecto nace del deseo
de honrar esa herencia y de contribuir
a que las nuevas generaciones
reconozcan su valor.*

*«La cultura no es un adorno,
es la base de la identidad
y la libertad de los pueblos».*

Paulo Freire

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza y sabiduría durante el desarrollo de este proyecto, Agradezco también a mi familia por su apoyo incondicional, por su compañía en los momentos de mayor reto y por su constante motivación para continuar.

Extiendo mis agradecimientos a la Corporación Universitaria Minuto de Dios y al Centro de emprendimiento Uniminuto – Corpoagrocentro, y a los docentes que con su guía, dedicación y compromiso aportaron al desarrollo de este plan de negocio, brindándome herramientas fundamentales para mi formación profesional, al docente Hector Julio Vargas Castro

Docente quien lidero y asesoro mi proyecto plan de negocio.

Quiero expresar un especial agradecimiento a las artesanas de la región, cuyo conocimiento ancestral, creatividad y trabajo constante nutren este proyecto. Gracias por permitir que su tradición sea visibilizada y por ser ejemplo de perseverancia y amor por la cultura.

A todas las personas que hicieron parte directa o indirectamente de esta investigación y proyecto, gracias por aportar sus conocimientos, experiencias y tiempo para que este trabajo fuera posible.

Resumen

El presente plan de negocio tiene como objetivo fortalecer el emprendimiento Sombreros Suaza M.T., ubicado en el municipio de Suaza, Huila, dedicado a la elaboración artesanal de sombreros en palma de iraca, reconocidos por su calidad, diseño y valor cultural. A través de la aplicación de herramientas de análisis de mercado, financiero y organizacional, se busca consolidar la sostenibilidad económica y social de la empresa, promoviendo la preservación del patrimonio cultural inmaterial del sombrero suaceño.

El estudio contempla un diagnóstico integral que incluye análisis del sector artesanal, la identificación de la competencia, la definición de estrategias de marketing, y la proyección financiera del negocio. Los resultados muestran una alta demanda del producto, un margen bruto promedio de 84 % y un punto de equilibrio de 7 unidades mensuales, indicadores que evidencian la viabilidad económica y la rentabilidad del proyecto.

El plan también resalta la importancia del uso responsable de la palma de iraca y la incorporación de tecnologías apropiadas que mejoran la calidad del producto, manteniendo las técnicas tradicionales del tejido. En conclusión, Sombreros Suaza M.T. representa un modelo de emprendimiento sostenible y contribuye al desarrollo regional, la generación de empleo y la conservación de las prácticas artesanales del Huila.

Palabras clave: Sombrero suaceño, emprendimiento artesanal, palma de iraca, viabilidad financiera, patrimonio cultural, sostenibilidad.

Abstract

This business plan aims to strengthen the Sombreros Suaza M.T. enterprise, located in Suaza, Huila (Colombia), which is dedicated to the handmade production of iraca palm hats renowned for their quality, design, and cultural value. Through the application of market, financial, and organizational analysis tools, the project seeks to ensure the company's economic and social sustainability while preserving the cultural heritage of the traditional Suaceño hat.

The study includes a comprehensive diagnosis of the artisanal sector, competition analysis, marketing strategies, and financial projections. Results reveal a high market demand, an average gross margin of 84%, and a break-even point of seven units per month, confirming the economic viability and profitability of the business.

The plan also highlights the importance of the responsible use of iraca palm and the incorporation of appropriate technologies that enhance product quality while preserving traditional weaving techniques. In conclusion, Sombreros Suaza M.T. stands as a sustainable entrepreneurship model that promotes regional development, job creation, and the preservation of Huila's artisanal heritage.

Keywords: Suaceño hat, artisanal entrepreneurship, iraca palm, financial viability, cultural heritage, sustainability.

Contenido

1. Introducción	15
2. Justificación de la idea de emprendimiento	16
3. Objetivos	17
3.1. Objetivo general	17
3.2. Objetivos específicos	17
4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor	18
5. Concepto de negocio	19
6. Valor agregado	19
7. Antecedentes	20
8. Modulo de mercado	24
8.1. Análisis del Sector	24
8.2. Análisis del Mercado	27
8.3. Investigación de mercados	30
8.3.1. Tipo de investigación	30
8.3.2. Definición de la población	30
8.3.3. Muestra	31
8.3.2. instrumentos utilizados para recolectar la información	32
8.3.2.5 Análisis y sistematización	35
8.3.2.6 Conclusiones del estudio de mercado	57
8.4. Clientes	58
8.5. Competencia	58
8.6. Estrategias de venta	59
8.6.1. Concepto de Producto o servicio	60
8.6.2. Estrategia de distribución	60
8.6.3. Estrategia de precio	60
8.6.4. Estrategia de Promoción	61
8.6.5. Estrategia de comunicación	61
8.6.6. Estrategia de servicio	61
8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado	61
8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento	62

9. Modulo de operación	63
9.1. Ficha técnica	63
9.2. Descripción del proceso	65
9.3. Estado de desarrollo	67
9.4. Plan de producción	67
9.5. Proyección de ventas.....	68
9.6. Requerimientos de inversión.....	68
9.6.1. Lugar de operación	68
9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo.....	68
9.7. Plan de compras	73
10. Modulo de organización	73
10.1. Estrategia organizacional.....	73
10.2. Matriz DOFA	75
10.3. Organismos de apoyo	76
10.4. Estructura organizacional	76
10.5. Aspectos legales	79
10.6. Costos Administrativos	80
11. Modulo financiero	81
11.1. Proyección de ingresos.....	81
11.2. Proyección de egresos (costos y gastos).....	82
11.3. Capital de trabajo	84
11.4 Balance general	¡Error! Marcador no definido.
11.5 Estado de resultados	86
11.6. Punto de equilibrio	87
11.7. Flujo de caja.....	87
11.8. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad	88
12. Modulo de impactos	89
12.1. Impacto Económico	89
12.2. Impacto Regional.....	89
12.3. Impacto Social	90
12.4. Impacto Ambiental	90
13. Resumen ejecutivo	91
14. Referentes bibliográficos.....	91

Lista de figuras

Pág.

Figura X: Tipos y parte del fruto de palma de aceite.

¡Error!

Marcador no definido.

Figura 1	36
Figura 2	37
Figura 3	38
Figura 4	39
Figura 5	39
Figura 6	40
Figura 7	41
Figura 8	42
Figura 9	43
Figura 10	44
Figura 11	45
Figura 12	46

Figura 13	48
Figura 14	49
Figura 15	50
Figura 16	51
Figura 17	51
Figura 18	52
Figura 19	54
Figura 20	54
Figura 21	55
Figura 22	56
Figura 23	56
Figura 24	74
Figura 25	76

Nota: Si es requerido, se pueden incluir lista de ilustraciones, graficas, diagramas, dibujos o fotografías. Tenga presente que estas listas deben ser generadas de forma automatizada utilizando las opciones que proporciona el software de procesamiento de texto.

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Rangos de edad de los encuestados	35
Tabla 2. Distribución por género de los encuestados	36
Tabla 3 <i>Condición de turista de los encuestados</i>	37
Tabla 4. <i>Uso del sombrero suaceño</i>	38
Tabla 5. <i>Material preferido para la fabricación del sombrero</i>	39
Tabla 6. Conocimiento del cultivo de la palma de iraca	40
Tabla 7. Valor del tejido a mano para los encuestados	41
Tabla 8. Conocimiento de la historia del sombrero suaceño	42
Tabla 9. Conocimiento de la calidad del tejido	43
Tabla 10. Precio dispuesto a pagar por un sombrero de calidad	44
Tabla 11. Calificación de calidad del sombrero suaceño	45
Tabla 12. Conocimiento del sello de denominación de origen (SIC).....	46
Tabla 13. Razones para recomendar el sombrero suaceño	47
Tabla 14. Domicilio de las empresas entrevistadas	48
Tabla 15. Antigüedad de las empresas entrevistadas	49
Tabla 16. Materias primas utilizadas por las empresas	50
Tabla 17. Técnicas utilizadas para la fabricación del sombrero	51

Tabla 18. Criterios para determinar el valor de un sombrero	52
Tabla 19. Estrategias de promoción utilizadas en por las empresas (parte 1)	53
Tabla 20. Estrategias de promoción utilizadas por las empresas (parte 2).....	53
Tabla 21. Temporada de mayor venta de sombreros.....	55
Tabla 22. Mayor reto en los procesos de comercialización.....	55
Tabla 23. Modelo de sombrero que más se vende.....	56
Tabla 24. Competidores principales en el municipio de Suaza	58
Tabla 25. Inversión por estrategias de marketing.....	61
Tabla 26. Proveedores de insumos para fabricación	62
Tabla 27. Ficha técnica.....	63
Tabla 28. Actividades para fabricación de sombrero	65
Tabla 29. Producción de sombreros a 3 años	67
Tabla 30. Ventas de sombreros a 3 años	68
Tabla 31. Requerimientos de maquinaria.....	68
Tabla 32. Compras mensuales	73
Tabla 33. Matriz Dofa	75
Tabla 34. Estructura de la empresa.....	77
Tabla 35. costos por mes	80
Tabla 36. Proyección ventas de la empresa	81

Tabla 37. Nómina	82
Tabla 38. Gastos generales	82
Tabla 39. Costos variables para 6 Sombreros.....	83
Tabla 40. Capital de la empresa.....	84
Tabla 41. Balance de la empresa	84
Tabla 42. Estado de resultados de la empresa	86
Tabla 43. Punto de equilibrio de la empresa	87
Tabla 44. Flujo de caja de la empresa	87

Nota: Si es requerido, se puede incluir la lista de cuadros, en caso de que se utilicen en el desarrollo del documento (Entregable de Practica Profesional o Plan de Negocio). Tenga presente que estas listas deben ser generadas de forma automatizada utilizando las opciones que proporciona el software de procesamiento de texto.

Lista de anexos

Anexo A: Tarjeta persona

¡Error!

Marcador no definido.

Anexo A. Encuesta a clientes potenciales A94

Anexo B. Entrevista a la competencia B.....96

Anexo C. Cartilla digital C97

Anexo D. Imágenes de la Empresa D.....99

Nota: Si es requerido en la Guía (Entregable de Practica Profesional o Plan de Negocio) se debe incluir la lista de Anexos.

1. Introducción

El presente plan de negocio tiene como propósito fortalecer el emprendimiento Sombreros Suaza M.T., empresa artesanal ubicada en el Centro poblado Guayabal, perteneciente al municipio de Suaza, dedicada a la elaboración y comercialización del sombrero suaceño fabricado en palma de iraca. Este producto constituye un símbolo de identidad cultural y un legado patrimonial del pueblo suaceño, reconocido por su calidad, tradición y aporte al desarrollo económico local.

A lo largo de las generaciones, el arte de tejer sombreros en palma de iraca ha sido una actividad que ha proporcionado sustento de numerosas familias, especialmente a mujeres cabeza de hogar, consolidándose, como una manifestación viva del patrimonio inmaterial del departamento del Huila. En este contexto, el presente proyecto busca aplicar los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional, con el fin de impulsar la sostenibilidad económica, social y ambiental del emprendimiento preservando al mismo tiempo las prácticas culturales tradicionales.

El documento desarrolla un análisis integral que incluye los módulos de mercado, operación, organización y finanzas, abordando aspectos como la proyección de ventas, costos, estrategias comerciales, estructura administrativa y evaluación de viabilidad. Se busca determinar la rentabilidad del negocio, identificar las oportunidades de crecimiento y proponer estrategias que permitan posicionar el sombrero suaceño en mercados regionales, nacionales e internacional.

En síntesis, este plan de negocio pretende ser una herramienta de gestión y planeación que contribuya al fortalecimiento de Sombrero Suaza M.T., promoviendo la competitividad del sector artesanal y garantizando la continuidad de una tradición que combina, arte, cultura y sostenibilidad en el corazón del sur del Huila.

2. Justificación De La Idea De Emprendimiento

Este emprendimiento, ubicado en el Municipio de Suaza, al sur del Departamento del Huila, específicamente trata de la elaboración del sombrero suaceño, el cual históricamente se ha venido fabricando por enseñanzas familiares que trascienden las barreras generacionales. Por ello para el autor del proyecto es fundamental reconocer que la familia es básica en los procesos del emprendimiento. Maxime cuando se establece que el tejido del sombrero suaza es un arte que está definido como patrimonio cultural del pueblo, donde nacen y se crían gran parte de la familia del emprendedor. Desde la visión de profesional en formación, el autor busca cimentar los conocimientos adquiridos a partir del fortalecimiento y desarrollo del negocio.

Es importante resaltar que este arte u oficio, durante mucho tiempo, ha servido de sustento a muchas familias de la comunidad suaceña, por lo que resulta lógico continuar con el objetivo de fomentar e incentivar la fabricación de este producto para que muchas personas, en especial mujeres cabezas de hogar, tengan una fuente de empleo. Se busca hacer que este negocio sea rentable y sostenible económicamente, permitiendo que se dinamice con mayor celeridad el comercio en el municipio de Suaza a partir de la venta de más sombreros y fortalecimiento de este legado cultural.

Hasta apenas unos diez años, la elaboración del sombrero era un proceso exclusivamente artesanal, elaborándolo en su totalidad a mano, con el pasar de los años se han venido implementado maquinas que ayudan a la terminación y acabado de este producto, pasando de una actividad meramente artesanal a unas formas de producción con maquinaria como son las golpeadoras y prensadoras, máquinas de coser los trafiletes, que bien se podría afirmar que, con

el ingreso de las maquinas, se mejora la calidad del producto, reduciendo el tiempo de elaboración.

Finalmente, se puede indicar que este proyecto tiene su principal justificación en la educación que impartirá a propios y visitantes, enseñando desde la elaboración de los sombreros en palma de iraca, como emprendimiento responsable en prácticas ambientales y con conocimiento sobre siembra de la palma, recolección, corte y uso de los cogollos, lo que permitirá que la planta continúe su desarrollo y brinde el beneficio de generar limpieza de dióxido de carbono (CO₂) en la atmosfera.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Fortalecer el emprendimiento SOMBREROS SUAZA M.T. en el municipio de Suaza, Huila, impulsando la producción y comercialización de sombreros de palma de iraca de alta calidad, generando desarrollo para la comunidad local, paralelo con la conservación y el uso responsable de la palma de iraca, preservando el patrimonio cultural de la región.

3.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercado que permita identificar las variables que garanticen la sostenibilidad del emprendimiento.
2. Diseñar las estrategias de venta, que dinamicen el marketing del negocio, atrayendo más clientes.

3. Diseñar una cartilla digital sobre la elaboración de productos artesanales con un elemento innovador que enseñe la importancia de la sostenibilidad y responsabilidad social en el uso y conservación de la palma de iraca.

4. Proyectar el plan financiero para el emprendimiento SOMBREROS SUAZA M.T. para garantizar la viabilidad y sostenibilidad de la empresa.

4. Necesidad A Resolver Al Cliente Y Consumidor

Los clientes que llegan al municipio de Suaza y a la empresa buscan sombreros de alta calidad, bien elaborados y duraderos, que puedan resistir el uso diario y las condiciones climáticas, que se adapten a sus gustos y estilos personales, ya sea con diseños tradicionales, modernos o una combinación de ambos. Estos sombreros, deben ser cómodos de llevar, proporcionando protección solar y adaptándose bien a la cabeza. Es de resaltar que los clientes esperan que el precio de los sombreros sea justo, acorde con su calidad, autenticidad y tradición.

Para dar cumplimiento a estas necesidades del cliente, la empresa ofrece al consumidor el producto conocido como SOMBRERO SUACEÑO, una buena experiencia de compra, atención al cliente amable, eficiente y respetuosa. siempre Brindándoles a los consumidores la posibilidad de conocer la autenticidad, origen, historia y cultura que enmarca al sombrero suaceño de palma de iraca.

5. Concepto De Negocio

Este negocio se dedica a la elaboración y comercialización de sombreros de palma de iraca, en el municipio de Suaza, Huila, diseñados y creados por artesanos locales, aplicando en el tejido conocimientos tradicionales, de probada calidad; enfocados en promover la sostenibilidad y la responsabilidad social, en el tratamiento, cuidado y preservación de la palma de iraca, trabajando en estrecha colaboración con otras personas artesanas de la región.

Para satisfacer las necesidades de los clientes, se inicia el proceso con la recolecta de la palma de iraca en el momento óptimo y se trata adecuadamente con el fin de tener un mejor control de la calidad en el proceso; Se ofrece una amplia de variedad de sombreros desde diseños tradicionales hasta modernos; diferentes tamaños 0 tallas que incluyen hasta el tamaño del ala, para que se adapten bien a la cabeza del cliente; formas, donde el estilo del sombrero es preferencia del cliente, ya sea 3 canales, borsalino, con diferente tipo de tejido o calados, entre otros; así mismo estos sombreros pueden ser personalizados por los clientes a su gusto con cintas, correas con nombres y pines, como letras o caballos, que son los más usados. Los sombreros son avalados con el sello de DENOMINACIÓN DE ORIGEN, emitido por la superintendencia de industria y comercio.

6. Valor Agregado

Como punto de partida estará el diseño del código QR, para mostrar tanto los aspectos ecológicos de la palma como el sombrero, producido por la empresa SOMBRERO SUAZA M.T. confeccionado tradicionalmente, por los miembros de la familia Muñoz Toledo, realizando el terminado de forma personalizada, al ajustarlo a la talla del cliente en el momento

de la compra. Esta personalización va acompañada del uso de materias primas de calidad como la paja utilizada para el tejido del sombrero.

Un aspecto del valor agregado de especial importancia radica en que el producto está avalado con el sello de DENOMINACIÓN DE ORIGEN, emitido por la superintendencia de industria y comercio de Colombia mediante la resolución No. 29488 del año 2015. Este sello salvaguarda su calidad, sus procesos originales de elaboración totalmente a mano en una zona protegida que comprende los municipios de Suaza, Acevedo y Guadalupe.

7. Antecedentes

Al realizar un recorrido por las regiones de Colombia, Con el objetivo de conocer empresas que producen sombreros y sirven para fortalecer este emprendimiento; evidenciando que hay diversas empresas en el territorio nacional dedicadas a elaborar varios tipos de sombreros artesanales similares al del sombrero suaceño, como son:

- ✓ **Sombrero de palma de pambil:** Se encuentra en la región del Nariño, en el suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero Vueltiao:** Se encuentra en la región del Pacífico colombiano. Es elaborado
- ✓ **Sombrero de palma de naidí:** Se encuentra en la región del Chocó, en el Pacífico colombiano.
- ✓ **Sombrero de palma de chontaduro:** Se encuentra en la región del Chocó, Pacífico colombiano.

- ✓ **Sombrero de palma de pindo:** Se encuentra en la región del Chocó, en el Pacífico colombiano.
- ✓ **Sombrero de palma de chambimbe:** Se encuentra en la región del Cauca, al suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de cabecinegro:** Se encuentra en la región del Cauca, en el suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma coyol:** Se encuentra en la región del Valle del Cauca, en el suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de milpesos:** Se encuentra en la región del Valle del Cauca, al suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma coyol:** Se fabrica y encuentra en la región del Valle del Cauca, en el suroccidente de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de guadua:** Se encuentra en la región del Quindío, centro de Colombia.
- ✓ **Sombrero Aguadeño:** Se elabora o encuentra en la región del eje cafetero y sur de Antioquia de aguadas Caldas, en el centro de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de chonta:** Se elabora o encuentra en la región del Amazonas colombiano.
- ✓ **Sombrero de palma de guásimo:** Se fabrica y encuentra en la región del Tolima, centro de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de corozo:** Se encuentra en la región del Tolima, centro de Colombia.
- ✓ **Sombrero de palma de chigüiro:** Se encuentra en la región del Meta, centro de Colombia.

En diferentes municipios del departamento del Huila, se fabrican o elaboran varios tipos de sombreros, como en el municipio de Palermo, se encuentran empresas dedicadas a la fabricación y ventas de sombreros, destacándose Artesanías en Pindo los chavitos, ubicada en la (Cl. 4 #9b), fue Creada desde el 2011, tienen diseños originales con tejido artesanal de fibra de pindo.

Artesanías en Pindo Pinguagua, ubicada en (Cl. 10 #11-29), Con 15 años en el desarrollo de productos artesanales con base en tejido de pindo, funciona de manera asociativa con un aproximado de 30 tejedoras que trabajan colaborativamente. Bero; Artesanías en Pindo, establece una trayectoria que parte desde el 2016, con un registro anterior desde el año 2000 donde solo trabajaban con croché. Sombreros de Pindo Baché, (9 #1151) Empresa dedicada a la fabricación y venta de sombreros en pindo.

Se destaca que en Palermo: los Sombreros en palma de pindo, son representativos de la cultura palermuna; esta planta es reconocida en el área científica como (*Gynerium Sagittatum*) y en otras zonas bajo el nombre popular de caña brava, caña de cantina, entre otros nombres.

Esta planta se forma principalmente en climas templados, en los bancos de arena a orilla de los ríos, se cataloga como una especie de planta o hierba leñosa, perteneciente a la familia *Poaceae*, en promedio crecen de 5 a 6 metros de altura pero pueden llegar a medir hasta los 10 metros, a pesar de múltiples investigaciones etnobotánicas, no se conoce con exactitud precisa un contexto cronológico y territorial de descubrimiento de esta planta, pero según registros históricos es originaria de todo el trópico americano, se acentuó con un hilo y cultura en el departamento del Huila, relacionándolo en el uso exclusivo de la interpretación del Sanjuanero Huilense usándose también para trabajos de ganadería y siembra de arroz, en 2011 y mediante el

decreto 1899 fue declarado como patrimonio cultural del departamento del huila. (*Linares, et al. 2019*)

Se encontró que, en el municipio de Pitalito, está ubicado El palacio del sombrero Mafer, Cra. 6 #6 -50 Centro de Pitalito, como referente de una emprendedora que se dedica a comercializar sombreros en fibra, cuenta con una amplia variedad en artículos artesanales.

Finalmente se tiene que la región de Suaza, Huila, Colombia, es conocida por su rica tradición artesanal y su producción de sombreros de palma de iraca donde tiene sus raíces el sombrero suaceño.

La historia de la empresa SOMBREROS SUAZA M.T, inicia a mediados del siglo diecinueve, por iniciativa de los abuelos y bisabuelos, de los actuales propietarios, a quienes les han contado que la tática abuela de nombre Benilda, se ganaba la vida tejiendo, creando sombreros en palma de iraca, a lo largo de su vida se desempeñó por transmitir este arte en la familia, de las hijas e (o), solo tres emprendieron el mismo legado, una hija de nombre Carmen quien además de ser ama de casa se dedicó a tejer artesanías en palma de iraca, y la otra hija llamada Benilda que también se dedicó a laborar el arte manual, no se conoce si sus hijos o (a) hayan emprendido el mismo legado, por otra parte la tercera hija llamada Filomena Silva, se conoce que por parte de su cónyuge llamado Bernardo existían precedentes en su familia de tener también un legado y conocimiento en la palma de iraca, se conoce que la madre de Bernardo también era artesana, de nombre Transito, tenía precedentes indígenas y pertenecía a algún grupo étnico.

Filomena Silva y Bernardo padres de muchos hijos e (a), donde solo dos siguieron con esta tradición familiar, su hija de nombre Filomenita quien aprendió el arte y lo desempeñaba en el marco laboral independiente, los hijos de Filomenita no continuaron con la tradición, su otra

hija de nombre Elicenda De Toledo, se desempeñó como artesana toda su vida, actualmente por la edad ha tenido que disminuir considerablemente el arte del tejido, a pesar de tener muchas hijas e (o) solo una fue la que continuo con este legado, su hija de nombre Marleny Toledo quien actualmente se desempeña como una de las maestras artesanas destacadas en el mercado de los productos en palma de iraca.

En la actualidad el emprendimiento se desarrolla integrando los métodos artesanales con el ingreso de la tecnología a la fabricación de sombreros. Igualmente, se está recibiendo apoyo técnico de Centro Progresá Uniminuto, para fortalecer el emprendimiento, sin desatender la importancia de la conservación de la palma de iraca.

8. Módulo De Mercado

8.1. Análisis Del Sector

Revisando el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO – COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA, el cual en uno de sus apartes plantea el Consolidar la productividad y sostenibilidad del sector artesanal, para lo cual se formulará y ejecutará una política pública que contribuya al desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal, mediante la promoción y generación de oportunidades productivas y comerciales que permita la dignificación y preservación de los saberes, oficios y productos artesanales de los territorios, comunidades y miembros de economía popular, así como su crecimiento económico y el trabajo digno. Se promoverá la vinculación de patrones ancestrales de producción y consumo en la artesanía, basados en el conocimiento y la innovación, con un enfoque de sostenibilidad integral, para la búsqueda de oportunidades de financiamiento, participación y reconocimiento por parte de la

población nacional y extranjera, a través de rutas artesanales en el territorio nacional. (*Plan nacional de desarrollo 2022-2026, p.137*).

De la misma manera, se revisa en el MINISTERIO DE CULTURA, encontrando que, dentro del contexto artesanal, el Ministerio de Cultura establece la ley 2184 de 2022, interponiendo normas orientadas a fomentar, promover la sostenibilidad, involucrando una valoración y una transmisión de los saberes que tienen que ver con los oficios artísticos, de las industrias creativas, culturales artesanales, y del patrimonio cultural en Colombia.

Si enfatizamos más detalladamente encontramos unos de los artículos que fomenta la cultura artesanal, precisamente en el artículo 6 de la Ley 2184 de 2022 establece que el consejo para el fortalecimiento de los oficios artísticos, incluyendo todas las industrias creativas y culturales del patrimonio Colombiano, contendrán entre sus funciones; La participación en el análisis y la conceptualización de la política pública para los oficios culturales artesanales, así también como la coordinación de acciones para su implementación, incluyendo la participación en la actualización de los catálogos de cualificaciones. (*Ministerio de cultura ley 2184 de 2022 p. 2.*)

Referente a lo investigado en ARTESANIAS DE COLOMBIA, aclarando que esta entidad establece la ley 36 de 1984, esta ley se conoce con el nombre de la ley del artesano, en ella esta reglamentada la profesión de los artesanos y el registro de artesanos a través de Artesanías de Colombia S.A.

La entidad encargada del fortalecimiento social, económico, cultural y turístico del sector artesanal trabaja de la mano con artesanías indígenas, tradicional y popular, reconociendo y clasificando los sectores artesanales o empresas propias artesanales como asociaciones, federaciones, confederaciones, y cooperativas artesanales, su objetivo es mejorar la calidad de vida de cada artesano único, y ayuda a posicionar las artesanías en el sector de los mercados.

Artesanías de Colombia. (1984). *Ley 36 de 1984*.

Al revisar el PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2024 – 2027 “POR UN HUILA GRANDE”, se puede constatar que a finales del 2022, el Departamento del Huila lanzó la marca Origen Huila, que llevarán impreso todos los productos elaborados en el departamento y será un sello de calidad para el consumidor, esto permitirá potenciar los productos con denominación de origen como la Cholupa, Café del Huila, el Bizcocho de Achira, el Sombrero Suaceño y las Chivas de Pitalito en cerámica y otros más autóctonos de la región, donde la denominación de Origen distingue la calidad y procedencia de alimentos, artesanías y manufacturas típicas, protege los derechos de propiedad industrial, preservan la idiosincrasia de una región, reconocen la importancia de sus productos, el saber hacer de sus pobladores y protege a los consumidores a fin de evitar que sean engañados y puedan reconocer fácilmente los productos característicos de las diferentes regiones. (Plan de desarrollo departamental 2024-2027, p.178).

Se hizo una revisión a la SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO del Huila, estableciéndose que esta entidad fomenta el desarrollo turístico del Departamento, tiene como objetivo promover las artes, el folclor, las artesanías y sobre todo el desarrollo turístico, se enfoca en poder impulsar todas las formas de expresión y creación artística, también se involucra en defender el patrimonio cultural de la población Huilense, de incentivar la investigación cultural y de los procesos socioculturales propios de la región.

La entidad propone orientar el sector cultural, hacia el fortalecimiento de la identidad cultural, donde se aplica la implementación y la consolidación de los procesos que permiten la investigación, el reconocimiento, la preservación, valoración y el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural que contiene el departamento.

La misión de la Secretaria de Cultura y Turismo compete en promover, difundir y formular unas políticas públicas y directrices en el campo de la clasificación de la diversidad cultural, formación artística y del turismo, esta visión busca poder implementar aquellos procesos de participación, investigación, comunicación, coordinación y sobre todo el reconocimiento del patrimonio de la mano del desarrollo artístico, turístico y cultural que conlleven a valores éticos como el respeto, la tolerancia, y la aceptación o reconocimiento entre sí. (*Secretaria de cultura y turismo. 1869*)

Componente: Inclusión Cultural Para Una Sociedad Con Oportunidades

Objetivo y Estrategia

Disminuir la brecha en el acceso y garantía a los derechos culturales, como también a los procesos artísticos y patrimoniales del Departamento, mediante el fortalecimiento de las organizaciones de base y la generación de capacidades instaladas en el territorio, que permita ampliar la oferta en calidad, con énfasis en formación, creación, circulación y participación; como también la dotación y protección de los procesos artísticos, culturales y patrimoniales, para el beneficio de las subregiones de forma integral. *Plan de desarrollo departamental 2024-2027 p.255*

8.2. Análisis Del Mercado

El mercado de sombreros en general y el de suaceños en concreto, básicamente se desarrolla con mayor demanda en estas tierras del sur del Tolima y todo el Huila, durante el Festival del Bambuco, fiestas de San Juan y San Pedro, de origen colonial, que se realizan en Neiva y otros municipios del Huila, con unas fechas establecidas del 10 al 30 de junio. Igualmente, se aprovecha para el mercado de sombreros, otros festivales incluso de origen religioso, llamadas ferias y fiestas patronales, en municipios como la plata donde se celebra la

fiesta patronal de San Sebastián realizada el día 20 de enero, otro municipio conocido como Algeciras con la fiesta patronal de Nuestra Señora de Lourdes realizada el día 11 de febrero, también tenemos las fiesta de San Roque celebrada el 16 de agosto, conocidas por celebrarse en municipios como Altamira y Teruel, y además, como santo de la salud en Tello y el Caguán. Las fechas de la Virgen de las Mercedes celebrada el 24 de septiembre se establece en el Agrado, Nátaga y Salado blanco, culminando con las fiestas de San Calixto celebrada el 14 de octubre, fiestas donde se puede visualizar la comercialización de la diferente variedad de sombreros.

Subgerencia Cultural del Banco de la República (2015) Fiestas del Huila.

Las fiestas de San Pedro realizadas en Villa vieja, el municipio está localizado a 30 kilómetros al norte de Neiva- Huila, celebradas del 28 de junio al 01 de Julio, estas ferias que incluye alboradas, música, diversos concursos y desfiles culturales son aprovechadas para la comercialización artesanal de los sombreros de fibra.

Festival de las Brujas en la Jagua, Huila este corregimiento de Garzón es cuna de mitos y leyendas, estas festividades se celebran aproximadamente del 01 al 04 de Noviembre con una agenda cultural, artística y artesanal, conocido por ser llamado “El pueblo de las brujas” en el que la temporada ofrece una excelente experiencia en la feria artesanal, donde se realizan presentaciones de danza, teatro, encuentros culturales, reinado y desfiles, la muestra artesanal incluye variedad de sombreros artesanales, pero sobre todo la exposición de comidas típicas de la región.

Feria Nacional Artesanal. Estas ferias realizadas del 08 al 12 de noviembre en la sede Cámara y Comercio del Huila, estas ferias son de gran importancia ya que reúne la artesanía local, la regional nacional e internacional con el fin de hacer atributo a la diversidad artesanal y el oficio de todos los artesanos.

Se celebra el festival Cultural del Sombrero y la orquídea, en las fechas del 20 al 23 de Junio, este festival se encarga de llevar a cabo los encuentros entre las tejedoras de sueños, este lema es dedicado a todas las maestras artesanas del municipio y sus alrededores, un homenaje en conmemoración a la historia artesanal de la región, donde se realizan conversatorios, talleres y exposiciones de los productos artesanales, también se realizan desfiles de carrozas, muestras de música folclórica y danzas artesanales.

Se celebra el festival folclórico y cultural y artesanal, en el Centro poblado Guayabal, establecidas del 19 al 22 de Julio, esta fecha se aprovecha y se celebra también el día nacional de la independencia 20 de Julio, incluye bandas musicales, actividades lúdicas, atracciones para niños, concursos de alimentos con reconocimiento entre otras actividades, por tradición en esta fecha la población acostumbra en usar sombreros en diversos materiales, como palma de iraca, sombreros en fibra o sintéticos, acompañados de un poncho y perrero como vestimenta tradicional y adquisitiva.

El sombrero Suaceño en Colombia tiene una gran demanda en el mercado nacional, según Vargas esta alta demanda se debe a la durabilidad y versatilidad del producto suaceño, y se afirma que en las regiones de Colombia que más demandan este sombrero es en el propio Huila y Antioquia, y se establece que puede llegar a costar hasta más de dos millones de pesos.

Wilton Vargas (2024)

Los precios de los sombreros se establecen según varios factores considerables; Entre ellos tenemos la calidad del tejido, los diferentes tamaños, diseños personalizados y también incluye mucho la reputación de marca o reconocimiento de la empresa que lo vende, por otro lado los precios se pueden establecer por los costos de la materia prima, la mano de obra, los valores de la competencia y la disposición del cliente, se presentan muchos espacios que permiten

comercializar estos productos donde los clientes llegan al sitio de diversas maneras, como por ejemplo las tiendas o locales físico de las empresas establecidas, también por medio de ferias o eventos artesanales culturales, otros llegar por publicidad o recomendación por turistas, donde también se implementa las plataformas digitales como las redes sociales en línea, estos productos presentan una baja demanda en tiempos fríos ya que por lo general en comparación con las temporadas cálidas o altas sus precios tienden a disminuir considerablemente aunque no significa que estos productos pierdan su valor cultural como pieza de vestir tradicional por lo cual se siguen vendiendo en cantidades menores. (Gómez-Pérez & Díaz-Rodríguez, 2022)

8.3. Investigación De Mercados

Se realiza un estudio de mercado para determinar la viabilidad y fortalecimiento del emprendimiento propuesto en el municipio de Suaza..

8.3.1. Tipo De Investigación

Se realiza una investigación de tipo descriptiva, con enfoque mixto, cuantitativa-descriptiva.

8.3.2. Definición De La Población

Se define como población objetivo uno, los clientes potenciales, mayores de edad, que viven y visitan a Suaza, siendo aproximadamente un total de **15.627 personas**. Según estudio detallado proyecciones del DANE, que dice que, en el año 2024, se estima un aproximado de población para el municipio de Suaza de 23.832 personas, siendo las mayores de edad un total de 15.627, donde 7.598 representan a las mujeres y 8.029 hacen representación de los hombres.

Población objetivo dos: Se toma la cantidad de negocios o tiendas de sombreros que existen actualmente en Suaza, son en total **NUEVE (9)**, integradas por alrededor de 3 puntos de

ventas oficiales, más la población que trabaja por encargos desde sus casas, que son dos personas y en el centro poblado Guayabal, donde se cuenta con 4 puntos más de venta.

8.3.3. Muestra

Para determinar la muestra de la población objetivo uno, se aplica la fórmula matemática de obtención de muestra para población finita, donde:

$$n = 242$$

$$N = 15627$$

Formulación:

$$n \equiv \frac{(N \times Z^2) (p \times q)}{d^2(N-1) + Z^2(p \times q)}$$

$$n = \frac{(15627 \times 3,8416)(0,8 \times 0,2)}{(0,05)^2 (15627-1) + 3,8416 (0,8 \times 0,2)}$$

$$n = \frac{60032,6832 \times 0,16}{0,0025 \times 15626 + 0,614656}$$

$$n = \frac{9605,229312}{39,679656}$$

n = 242 siendo esta la muestra de la población uno, a la cual se le aplicara la encuesta.

Para determinar la muestra de la población objetivo dos, dado su tamaño, 9 emprendimientos, relativamente pequeño, se toma el 66.66%, que equivale a **6**, siendo esta la muestra de la población dos. **A la cual se le aplicara el instrumento ENTREVISTA.**

8.3.2. Instrumentos Utilizados Para Recolectar La Información

Se utilizarán dos tipos de instrumentos, la Encuesta para ser aplicada a los potenciales clientes y la Entrevista a la competencia local.

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

PROGRAMA LCNE Y EDUCACION AMBIENTAL

CENTRO PROGRESA NEIVA

Encuesta a potenciales clientes.

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que estamos realizando un proyecto de emprendimiento en este municipio, para lo cual le solicitamos amablemente nos apoyen con la siguiente información, si lo estiman conveniente. La información suministrada, solo tendrá fines académicos.

1. Información General: Edad...Genero...Domicilio.....usa el sombrero suaceño.... Es turista Si....No....

2. ¿De los sombreros que se fabrican en Colombia, que material es el que más le gusta?
Pindo...Iraca....Caña flecha...fibra sintética....

3 ¿Conoce como se cultiva y extrae la palma de iraca para fabricar el sombrero suaceño? S...N...

4 ¿Considera que el tejido a mano es la principal característica que distingue y da valor al sombrero suaceño? S...N...

5 ¿Le gustaría conocer la historia detrás del sombrero suaceño y sus artesanos? S...N...

6 ¿Conoce la diferencia entre la calidad de cada tipo de tejido? S...N...

7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sombrero de alta calidad? 500000..... entre 501000 y 700.000... entre 701000 y 900.000... entre 901000 y 1200.000.... más de 12001000....

8 ¿Cómo calificaría la calidad del sombrero suaceño? Excelente – Buena – Regular – Mala.

9 ¿Conoce el signo distintivo, otorgado por la SIC, que le da el reconocimiento y protección de comercialización al sombrero suaceño? S...N...

10 ¿recomendaría el sombrero suaceño a otras personas, por Calidad... precio...tejido....

GRACIAS.

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

PROGRAMA LCNE Y EDUCACION AMBIENTAL

CENTRO PROGRESA NEIVA

Entrevista a la competencia.

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que estamos realizando un proyecto de emprendimiento en este municipio, para lo cual le solicitamos amablemente, nos apoyen con la siguiente información, si lo estiman conveniente. La información suministrada, solo tendrá fines académicos.

- 1 Información General: Domicilio.....Antigüedad.....Propietario.....
- 2 ¿Qué materias primas utilizan para la fabricación de sus sombreros?
- 3 ¿Utilizan técnicas tradicionales o modernas para la fabricación de sus sombreros, garantizando que estos sombreros sean de calidad artesanal?
- 4 ¿Cómo determinan el valor de un sombrero?
- 5 ¿qué estrategias utilizan para promocionar sus productos?
- 6 ¿En qué temporada tiene mayores ventas de sombreros, donde: en la fábrica o participando en ferias artesanales o eventos culturales?
- 7 ¿Cuál ha sido su mayor reto en los procesos de comercialización de los productos, especialmente el sombrero suaceño?
- 8 ¿Según lo que buscan sus clientes, Qué modelo de sombreros es el que más venden?

8.3.2.5 Análisis y sistematización

Se presentan los resultados de la aplicación de los instrumentos en tabulación, gráficas y descripción analítica de la información obtenida.

Instrumento Encuesta

Respuesta a pregunta No 1: Información General

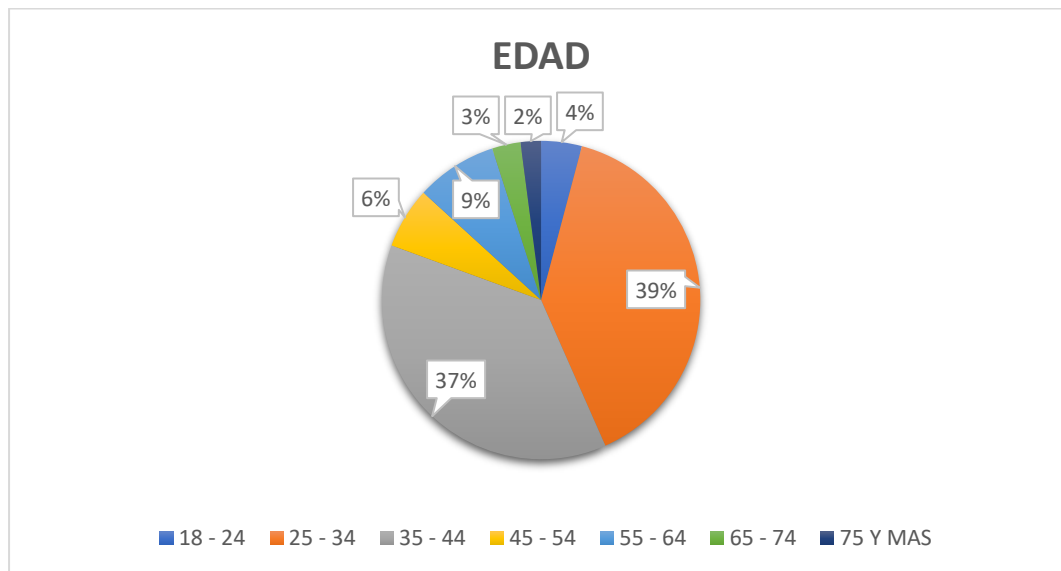
Tabla 1. Rangos de edad de los encuestados

	Edad	Cantidad	Porcentaje
R A N G O S	18 – 24	10	4 %
	25 – 34	95	39 %
	35 – 44	90	37 %
	45 – 54	15	6 %
	55 – 64	20	9 %
	65 – 74	7	3 %
	75 o mas	5	2 %
	Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 1

Gráfico 1. Rango de edad de los encuestados



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: según muestra la información, el rango de 25 a 40 años, es el de mayor cantidad de personas encuestadas y tanto los menores de 24 años y los mayores de 65, son los que menos se lograron encuestar, para conocer sus aportes al proyecto.

Tabla 2. Distribución por género de los encuestados

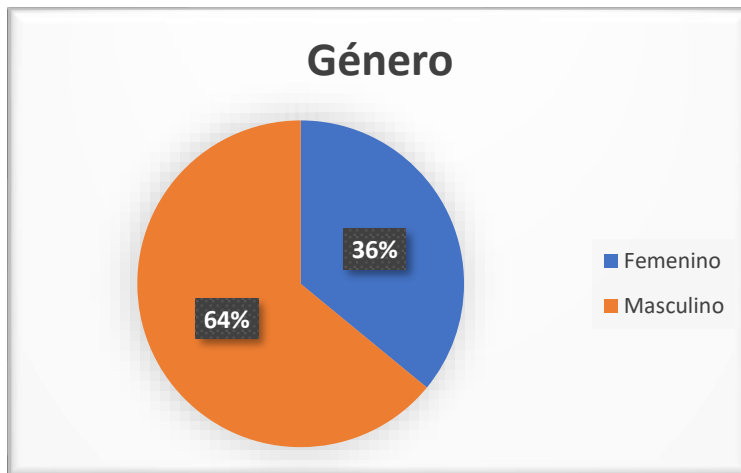
Género	Cantidad	%	Porcentaje
Femenino	87		36 %

Masculino	155	64 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 2

Gráfico 2. Distribución por género de los encuestados



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según la información recolectada, se establece que la mayoría de las encuestas fue aplicada al género masculino, y por lo tanto son los clientes que más buscan realizar compras del sombrero suaceño.

Tabla 3 *Condición de turista de los encuestados*

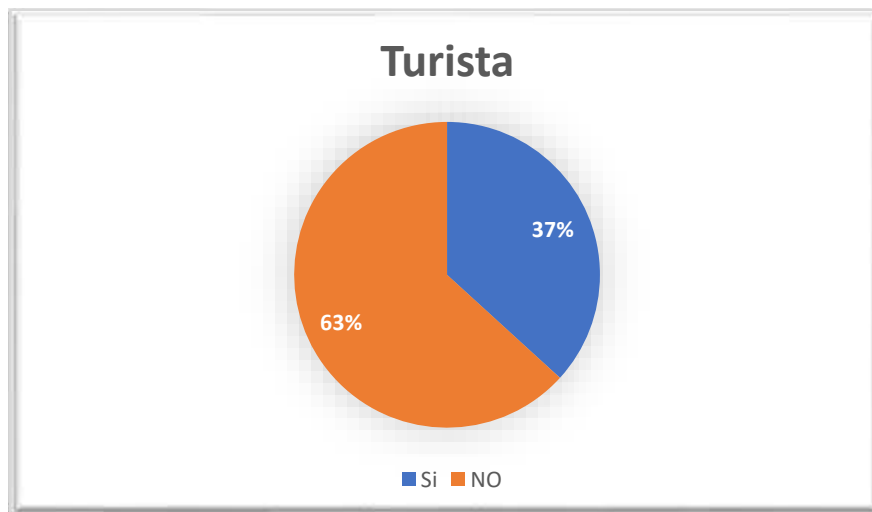
Turista	Cantidad	Porcentaje
Si	89	36 %
No	153	63 %

Total	242	100 %
-------	-----	-------

Fuente: propia

Figura 3

Gráfico 3. Condición de turista de los encuestados



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se establece que la mayoría de las encuestas fueron aplicadas a residentes del municipio de Suaza – Huila y sus alrededores, solo un 36 % visitaron la empresa dentro del tiempo de aplicación de la encuesta.

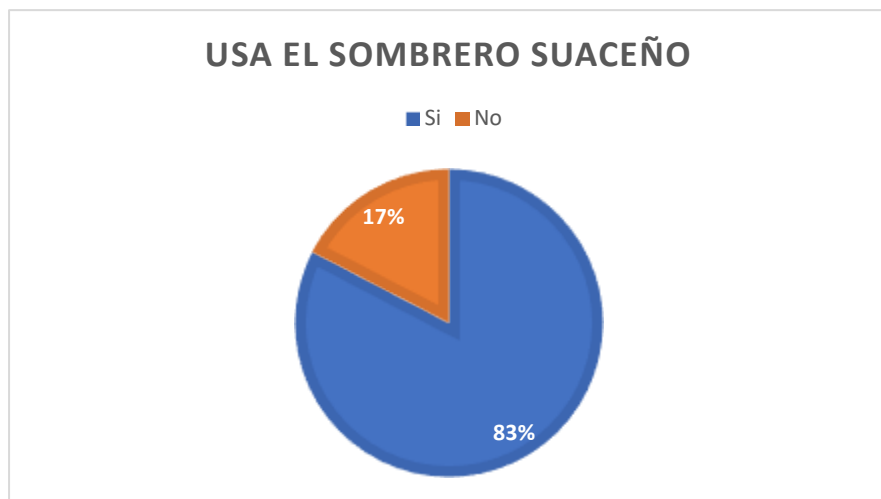
Tabla 4. *Uso del sombrero suaceño*

Usa el sombrero Suaceño	Cantidad	Porcentaje
Si	200	83 %
No	42	17 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 4

Gráfico 4. Uso del sombrero suaceño



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según lo observado en el análisis se estableció que solo un 17 % prefiere no usar sombrero o utilizan otro de tipo de producto que remplace el sombrero suaceño.

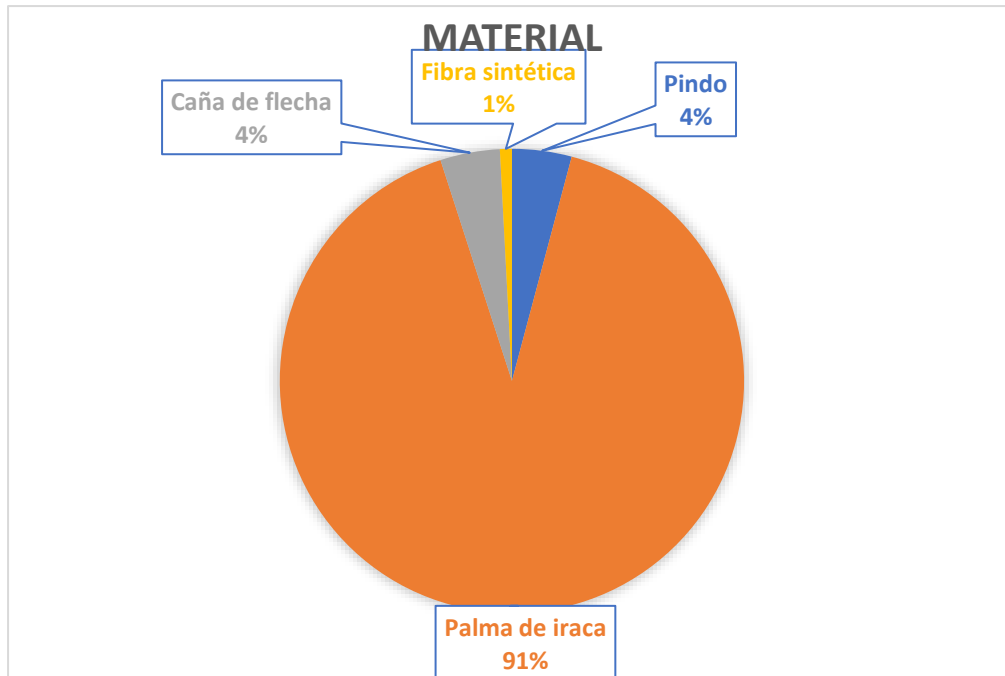
Tabla 5. Material preferido para la fabricación del sombrero

Material	Cantidad	Porcentaje
Pindo	10	4 %
Palma de iraca	219	91 %
Caña de flecha	10	4 %
Fibra sintética	3	1 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 5

Gráfico 5. Material preferido para la fabricación del sombrero



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se encontró en la totalidad que a las personas encuestadas prefieren utilizar los Sombreros que se fabrican de manera artesanal en palma de iraca, con un promedio del 91 %.

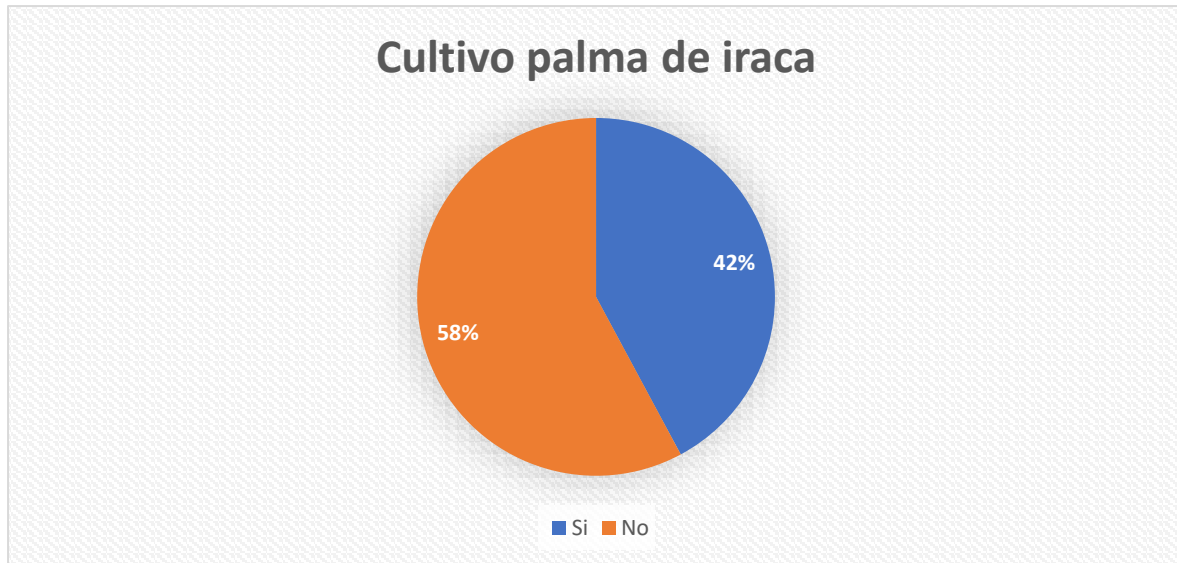
Tabla 6. *Conocimiento del cultivo de la palma de iraca*

Conocimiento de cómo se cultiva la palma de iraca	Cantidad	Porcentaje
Si	102	42 %
No	140	58 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 6

Gráfico 6. conocimiento del cultivo de la palma de iraca



Fuente: Microsoft Excel

Descripción, sobre el conocimiento del cultivo palma de iraca, Se encontró un 58 % donde las personas encuestadas afirman desconocer como es el proceso de cultivar la palma de iraca.

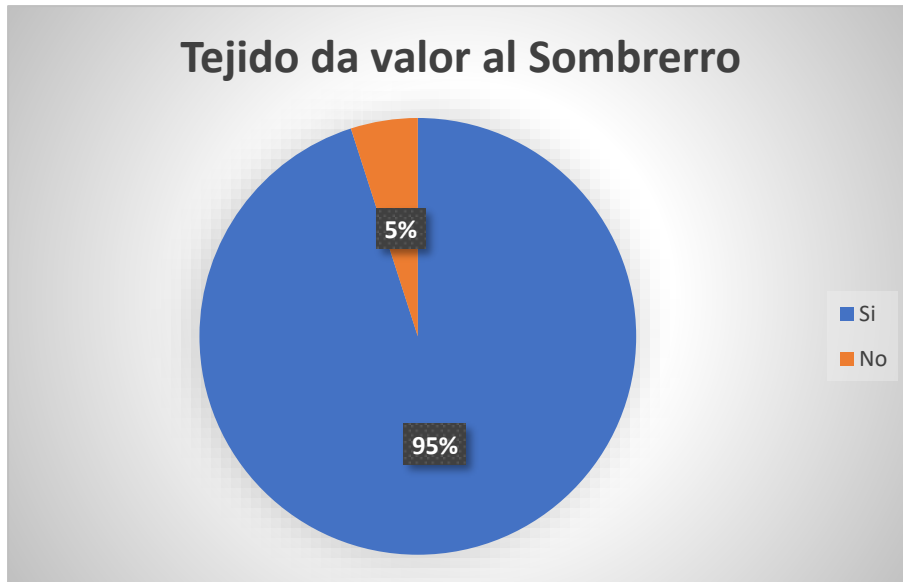
Tabla 7. *Valor del tejido a mano para los encuestados*

Tejido da valor al Sombrero	Cantidad	Porcentaje
Si	230	95 %
No	12	5 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 7

Gráfico 7. Valor del tejido a mano para los encuestados



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según el análisis se pudo establecer que la mayoría de las personas encuestadas opinan que el tejido a mano del Sombrero Suaceño es la principal razón que otorga un valor cultural en el proceso de fabricación.

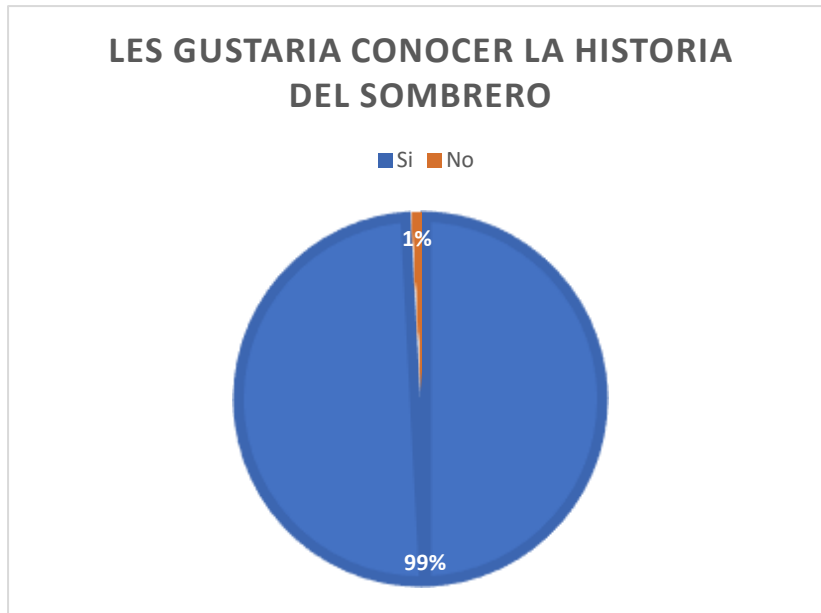
Tabla 8. *Conocimiento de la historia del sombrero suaceño*

Conocen la historia	Cantidad	Porcentaje
Si	240	99 %
No	2	1 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 8

Gráfico 8. Conocimiento de la historia del sombrero suaceño



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según el análisis se establece si a los clientes les gustaría conocer la historia del Sombrero y sus artesanos, la inclinación mayor fue muy positiva, donde solo un 1 % no le interesa conocer nuestra cultura y patrimonio.

Tabla 9. *Conocimiento de la calidad del tejido*

Calidad de tejido	Cantidad	Porcentaje
Si	200	83 %
No	42	17 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 9

Gráfico 9. Conocimiento de la calidad del tejido



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se encontró en el municipio de Suaza y sus visitantes que la mayoría en un 83 % saben diferenciar entre la calidad de cada tipo de tejido artesanal.

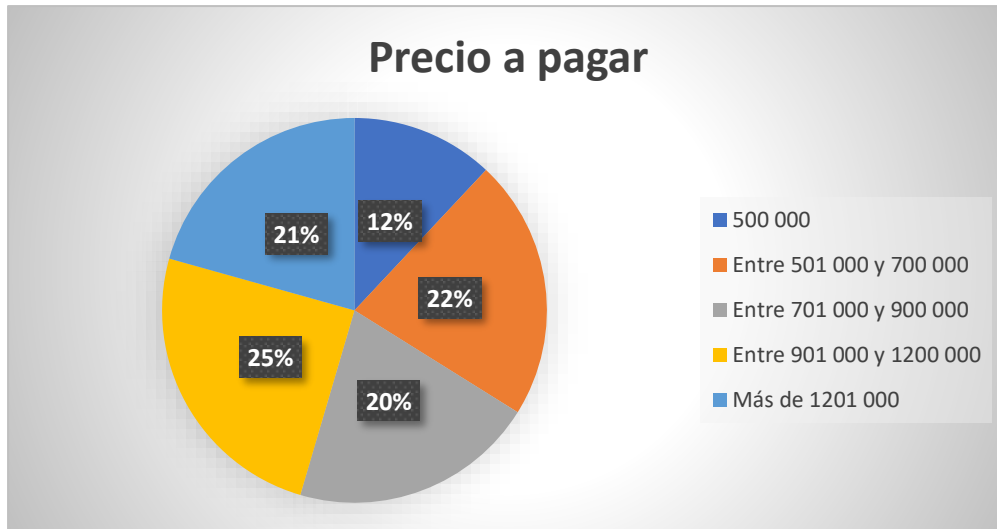
Tabla 10. Precio dispuesto a pagar por un sombrero de calidad

Precio a pagar	Cantidad	Porcentaje
500 000	29	12 %
Entre 501 000 y 700 000	53	22 %
Entre 701 000 y 900 000	50	20 %
Entre 901 000 y 1200 000	60	25 %
Más de 1201 000	50	21 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 10

Gráfico 10. Precio dispuesto a pagar por un sombrero de calidad



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según el análisis se encontró que la personas están dispuestas a pagar entre 501 000 y 901 000 por un sombrero de calidad siendo los índices con más votaciones.

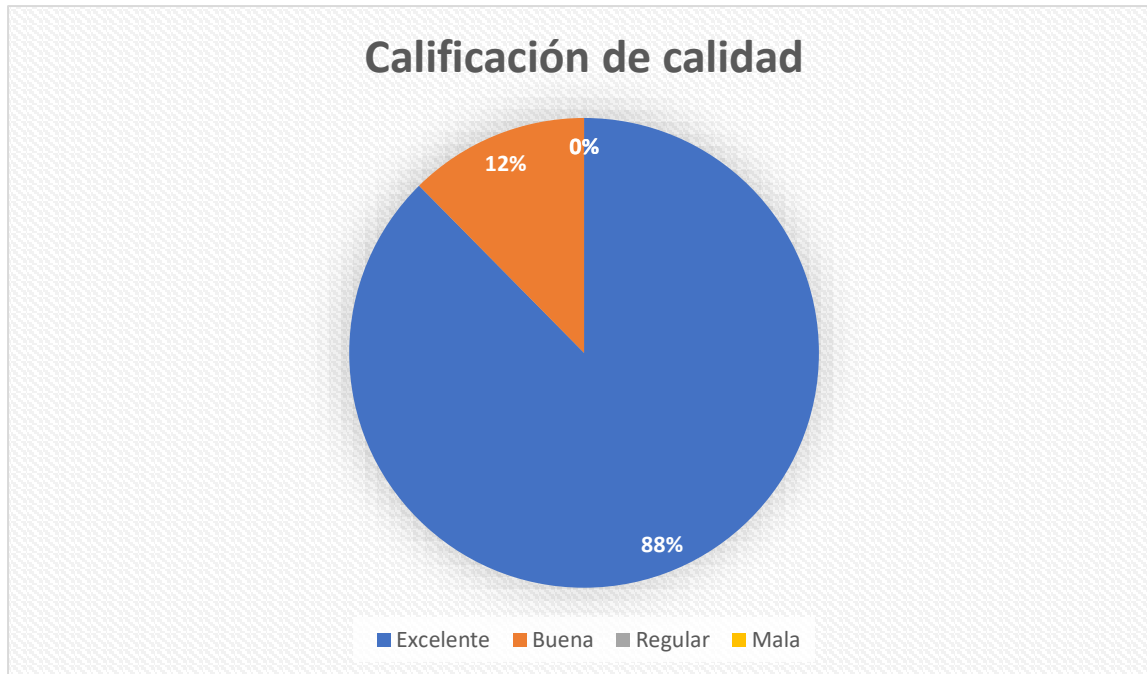
Tabla 11. *Calificación de calidad del sombrero suaceño*

Calificación de calidad	Cantidad	Porcentaje
Excelente	212	88 %
Buena	30	12 %
Regular	0	0 %
Mala	0	0 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 11

Gráfico 11. Calificación de calidad del sombrero suaceño



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según la encuesta, la calificación de calidad que consideran los clientes potenciales en su mayoría estableció con un 88 % que es un producto de excelente calidad, queda como referente que este producto mantiene unas buenas referencias de producción.

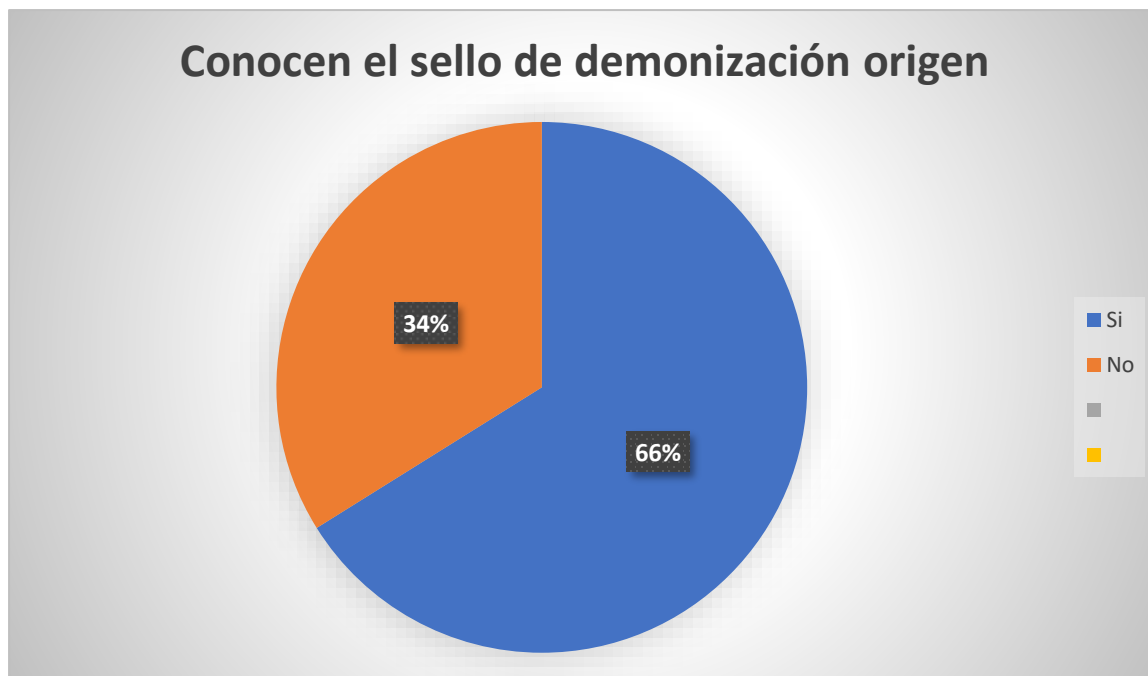
Tabla 12. *Conocimiento del sello de denominación de origen (SIC)*

Conocen el sello de demonización origen	Cantidad	Porcentaje
Si	160	66 %
No	82	34 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 12

Gráfico 12. Conocimiento del sello de denominación de origen (SIC)



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se conoce que en su mayoría conocen como funciona la comercialización de un producto, donde conocen el sello de comercialización y la protección de la Super Intendencia de Industria y Comercio y saben la representación que se tiene al manejar este signo distintivo, una mínima parte del 34 % se le desea hacer conocer la importancia de obtener un producto con el sello.

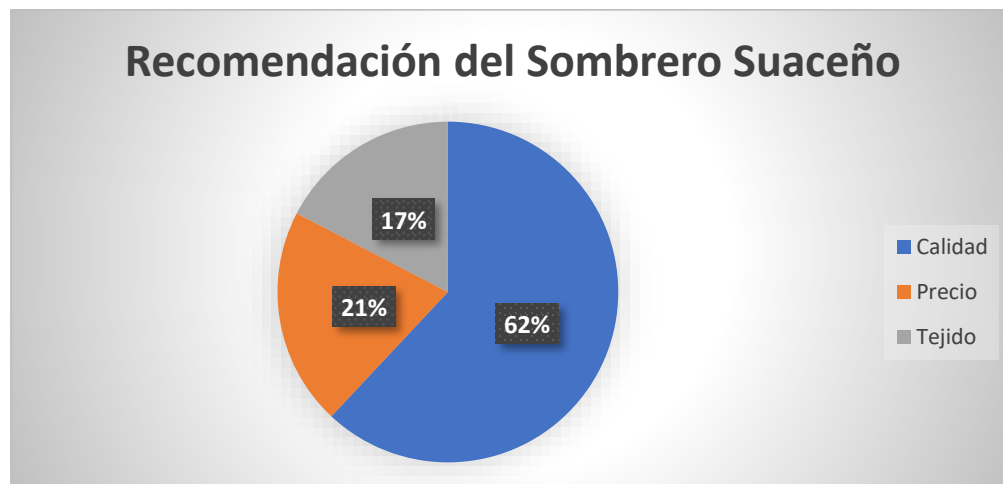
Tabla 13. Razones para recomendar el sombrero suaceño

Recomendaría el sombrero suaceño	Cantidad	Porcentaje
Calidad	150	62 %
Precio	50	21 %
Tejido	42	17 %
Total	242	100 %

Fuente: propia

Figura 13

Gráfico 13. Razones para recomendar el sombrero suaceño



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Según el reporte de la encuesta los clientes potenciales establecieron que recomendarían el sombrero suaceño a otras personas en su mayoría por la calidad del tejido, con un 62 % de puntuación final.

INSTRUMENTO ENTREVISTA.

Respuesta a pregunta No 1: Información general

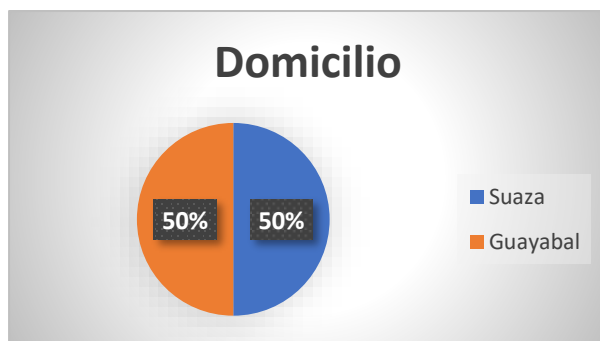
Tabla 14. Domicilio de las empresas entrevistadas

Domicilio	Cantidad	Porcentaje
Suaza	3	50 %
Guayabal	3	50 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 14

Gráfico 14. Domicilio de las empresas entrevistadas



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: La entrevista se realizó de manera equitativa donde se contempló la visita a 3 empresas en el municipio de Suaza y 3 empresas en el C.P Guayabal.

Tabla 15. Antigüedad de las empresas entrevistadas

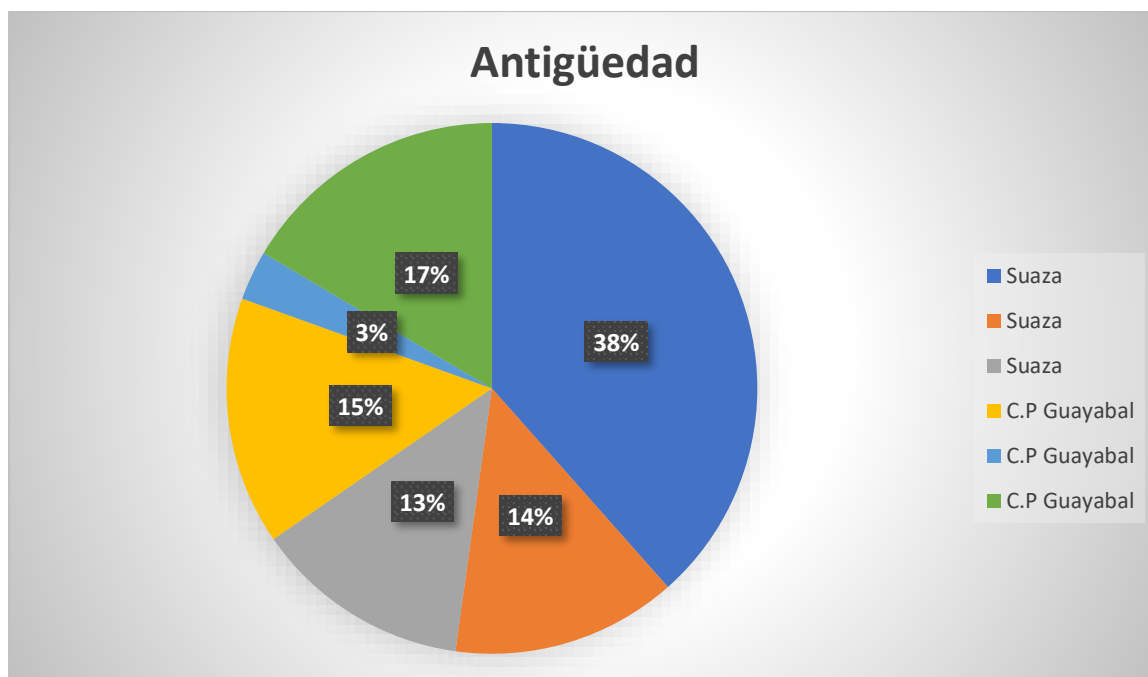
Municipio	Antigüedad	Cantidad	Porcentaje
Suaza	140	1	38 %
Suaza	50	1	14 %
Suaza	48	1	13 %
C.P Guayabal	55	1	15 %

C.P Guayabal	11	1	3 %
C.P Guayabal	60	1	17%
Total		6	100 %

Fuente: propia

Figura 15

Gráfico 15. Antigüedad de las empresas entrevistadas



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: La entrevista se establece por las categorías del municipio de Suaza y el Centro Poblado Guayabal, y su clasificación por años de antigüedad.

Tabla 16. Materias primas utilizadas por las empresas

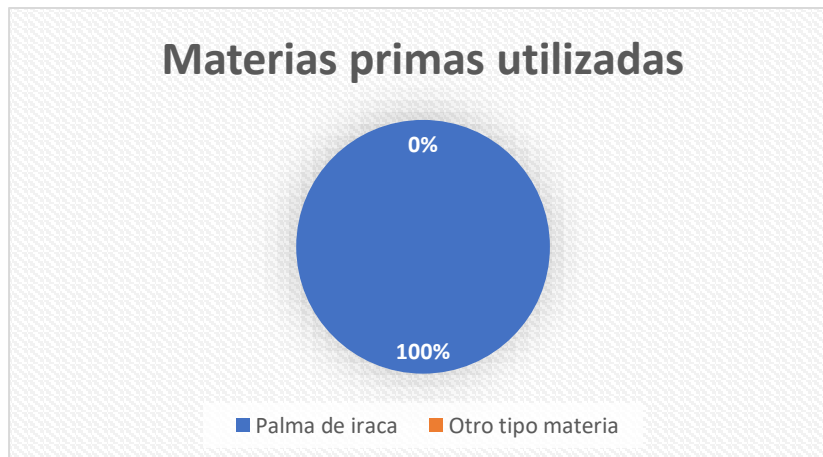
Materias primas	Cantidad	Porcentaje
Palma de iraca	6	100 %
Otro tipo materia	0	0 %

Total	6	100 %
-------	---	-------

Fuente: propia

Figura 16

Gráfico 16. Materias primas utilizadas por las empresas



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Encontramos que, durante las entrevistas realizadas, no se encontraron que las empresas utilizaran otros tipos de materia prima en la fabricación de los sombreros.

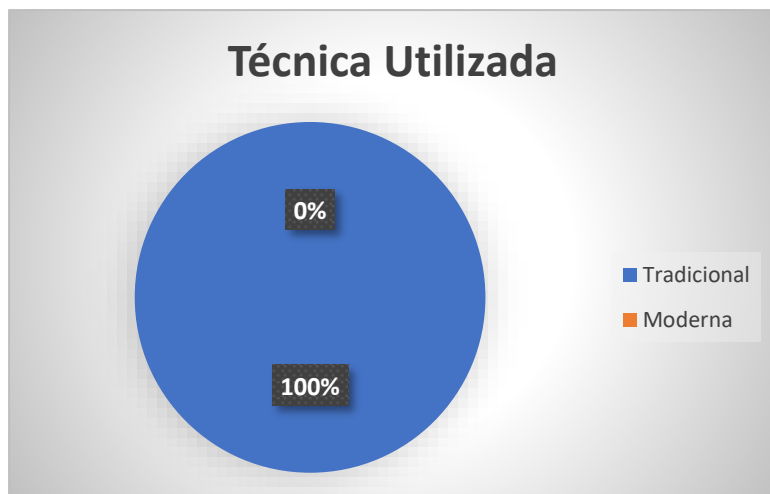
Tabla 17. Técnicas utilizadas para la fabricación del sombrero

Técnica Utilizada	Cantidad	Porcentaje
Tradicional	6	100 %
Modernas	0	0 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 17

Gráfico 17. Técnicas utilizadas para la fabricación del sombrero



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se analizó que todos los puntos por competencia fabrican sus productos al 100 % de manera tradicional, se considera que aún no existe la herramienta necesaria o que tenga la capacidad para producir los productos en palma de iraca.

Tabla 18. *Criterios para determinar el valor de un sombrero*

Valor de un Sombrero	Cantidad	Porcentaje
Calidad y Tejido	6	100 %
Otro	0	0 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 18

Gráfico 18. Criterios para determinar el valor de un sombrero



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se analizó que en su total todos los encuestados en la competencia confirmaron que definen los precios de sus productos por la calidad y tejido siendo estos los principales conceptos para establecer un valor.

Tabla 19. Estrategias de promoción utilizadas en por las empresas (parte 1)

Estrategias de promoción	Cantidad	Porcentaje
Redes Sociales	5	83 %
Clientes Potenciales	1	17 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Tabla 20. Estrategias de promoción utilizadas por las empresas (parte 2)

Estrategias de promoción	Cantidad	Porcentaje
Publicidad (tarjetas)	4	67 %
Ferias Tradicionales	1	16 %

Recomendaciones (Trayectoria familiar)	1	17 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 19

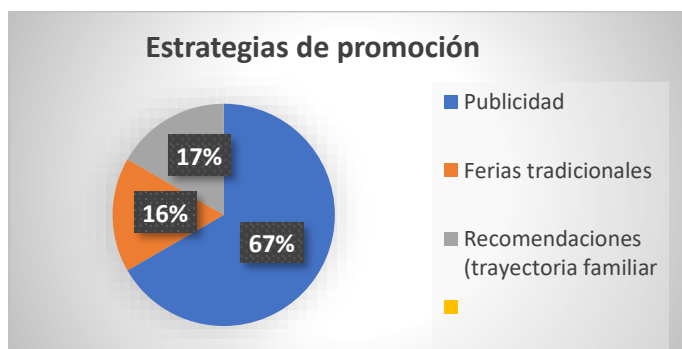
Gráfico 19. Estrategias de promoción utilizadas en por las empresas (parte 1)



Fuente: Microsoft Excel

Figura 20

Gráfico 20. Estrategias de promoción utilizadas por las empresas (parte 2)



Fuente: Microsoft Excel

Descripción No ...Dentro del análisis de estrategias utilizadas para promoción de los sombreros de cada empresa, se estableció que en promedio 5 de las empresas equivalentes al 83 % utilizan las redes sociales y 4 empresas equivalente al 67 % utilizan la publicidad (tarjetas).

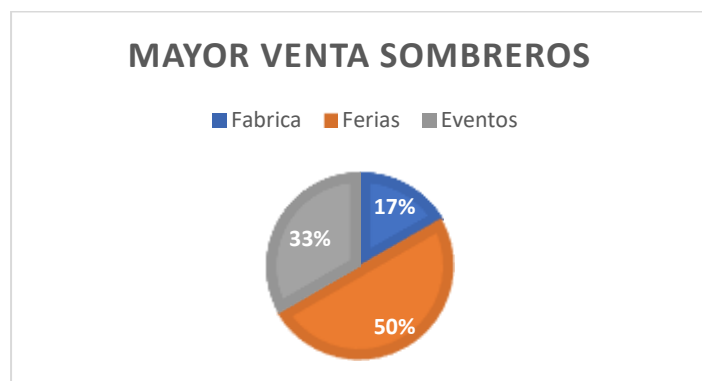
Tabla 21. Temporada de mayor venta de sombreros

Mayor venta	Cantidad	Porcentaje
Fabrica	1	17 %
Ferias	3	50 %
Eventos	2	33 %
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 21

Gráfico 21. Temporada de mayor venta de sombreros



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Dentro del análisis se estableció que el 50 % de las empresas tienen un mayor incremento de ventas en las ferias o festividades que se presentan en la región y solo un 17 % dependen de las ventas de su empresa.

Tabla 22. Mayor reto en los procesos de comercialización

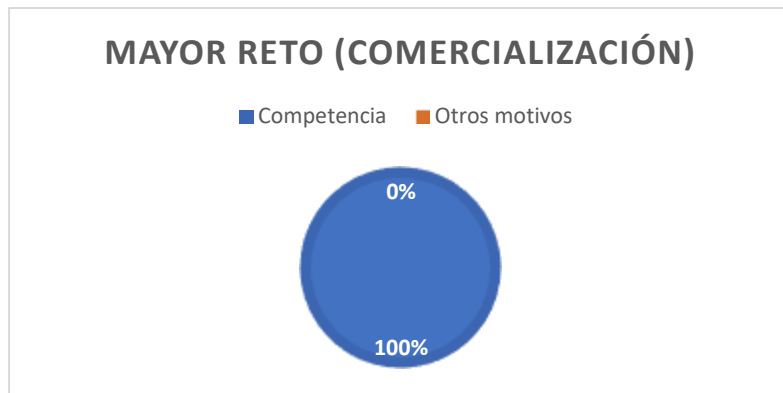
Mayor reto (comercialización)	Cantidad	Porcentaje
Competencia	6	100 %
Otros motivos	0	0 %

Total	6	100 %
-------	---	-------

Fuente: propia

Figura 22

Gráfico 22. Mayor reto en los procesos de comercialización



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Se pudo establecer cuál es ese mayor reto en los procesos de comercialización de los sombreros en palma de iraca, donde todas las empresas consideran que el desafío más grande al que se enfrentan es competir contra las demás empresas.

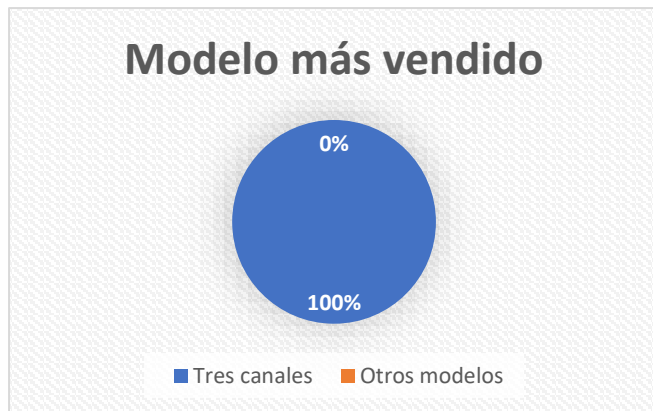
Tabla 23. Modelo de sombrero que más se vende

Modelo más vendido	Cantidad	Porcentaje
Tres canales	6	100 %
Otros modelos	0	0
Total	6	100 %

Fuente: propia

Figura 23

Gráfico 23. Modelo de sombrero que más se vende



Fuente: Microsoft Excel

Descripción: Las empresas competentes en su totalidad afirmaron que el modelo de sombrero que más se vende es el tres canales, siendo este el más popular entre los diferentes estilos.

8.3.2.6 Conclusiones Del Estudio De Mercado

Se puede afirmar, una vez realizado este estudio que en el municipio de Suaza se pueden encontrar 3 empresas competentes, donde los propietarios de estas empresas se muestran con un nivel de experiencia en el sector comercial, acrecentado por el paso de los años, siendo los propietarios 2 personas de género masculino y 1 de género femenino, con edades que varían entre 50 años y 75 años, son personas dedicadas empíricamente a los procesos de crecimiento de cada empresa. Se destaca que, si bien tienen conocimientos ancestrales sobre la elaboración de los sombreros, sus conocimientos sobre técnicas de marketing o tecnologías aplicadas al comercio no las conocen. Por lo cual solo dan a conocer sus empresas a través de tarjetas de presentación y en pocos casos por redes sociales, destacable que el sombrero goza de buena imagen principalmente atribuida a la calidad y finesa de sus tejidos a mano.

8.4. Clientes

Los clientes potenciales de la empresa Sombrero Suaza M.T. son personas en su mayoría del género masculino, con edades entre 24 y 40 años básicamente, Viven en el municipio de Suaza y en algunos casos son turistas que acuden hasta la fábrica para adquirir el producto, garantizando su originalidad. En su mayoría son clientes que reflejan una buena estabilidad económica y se esmeran por conocer el proceso de fabricación, los clientes les encanta usar estos hermosos productos en las ferias o cabalgatas que se realizan en distintos lugares.

El tiempo de compra de los clientes puede variar según la necesidad personal de cada uno, durante las festividades priorizan la compra de este producto, también se empeñan por adquirir otros productos artesanales que a su vez complementan el sombrero Suaceño como parte de la vestimenta cultural según cada persona. En resumen, estos clientes se apasionan por idolatrar la fabricación artesanal que se requiere para elaborar un producto tan prestigioso.

8.5. Competencia

A continuación, se determinan las tres empresas más importantes en la fabricación de sombreros suaceños, según lo determina el estudio de mercado realizado.

Tabla 24. *Competidores principales en el municipio de Suaza*

No	Empresa	Ubicación	Características
1	la casa del sombrero	Suaza	Fabrica y vende sombreros de excelente tejido a precios que superan los 2 millones de pesos. Y cuentan con una selecta clientela nacional e internacional.

2	Sombrero Suaza Betancur Muñoz	C.P. Guayabal	<p>Fabrica y venden sombreros de muy buena calidad, cuentan con un gran número de clientes potenciales y presentan una muy buena variación de diferentes tipos de sombreros para el público, sus precios superan valores a 1 500 000</p>
3	Sombrería Adíela Rodríguez	Suaza	<p>Su manera de comercializar varia no en un punto completo de producto, sino que aprovecha gran parte de las ferias culturales departamentales lo que le otorga grandes posibilidades de conexiones con clientes potenciales de otros departamentos que están dispuesto a pagar una gran suma por un sombrero artesanal, sus precios pueden estar por encima de 1 400 000.</p>

Fuente: propia

8.6. Estrategias De Venta

Estas estrategias se plantean para fortalecer la empresa SOMBREO SUAZA MUÑOZ TOLEDO. Aumentando las ventas y por consiguiente obtención de mayores ingresos.

8.6.1. Concepto De Producto O Servicio

El producto básico que fabrica la empresa es el sombrero suaceño, que se conoce por ser un elemento tejido, que se elabora en palma de iraca de manera manual, considerado como un producto de valor artesanal y cultural perteneciente al valle del río Suaza entre los municipios de Suaza, Guadalupe y Acevedo, en el departamento del Huila; este elemento se define como un producto geográfico que está protegido por la autoridad Cultural colombiana, garantizando su autenticidad y calidad, con una larga trayectoria en tradición y representación del patrimonio cultural.

8.6.2. Estrategia De Distribución

Actualmente se está distribuyendo el producto en el punto de fábrica, elaborándolo básicamente por encargo y se envían a cualquier parte del mundo; el costo del envío se adiciona al del producto; Se vienen considerando diferentes estrategias para atender la expansión a nuevos mercados, buscando distribuidores que distribuyan al máximo, para establecer alianzas comerciales a nivel departamental e internacional.

8.6.3. Estrategia De Precio

La definición de los precios de los sombreros se establece desde varios aspectos, como son la calidad del tejido, tejidos más finos son más costosos; la oferta y demanda en el municipio, que generalmente varía muy poco, según las temporadas. Es de resaltar que dada la calidad y prestigio de los sombreros suaceños, sus precios oscilan entre \$500.000 y \$3.000.000.

8.6.4. Estrategia De Promoción

Se establece como estrategia de promoción, para el sombrero en palma de iraca, sombrero suaceño, que por la compra de dos sombreros se obsequia un producto artesanal, pulsera fabricada en palma de iraca.

Con los productos almacenados de mayor antigüedad, se realizan promociones, ofreciendo 10 sombreros, a costos más bajos, aplica de igual manera para productos que presentan algún detalle imperfecto en el tejido. El costo de esta estrategia estará en los \$ 500-000 mensuales.

8.6.5. Estrategia De Comunicación

Se proyecta acorde con el estudio realizado, Fortalecer los canales digitales (redes sociales, páginas web) con el fin de ofrecer a un mayor número de personas, los productos artesanales, que conozcan la historia de la empresa, e iniciar el proceso de posicionamiento de la marca. Incursionando en Marketplace con plataformas como Amazon Handmade, Etsy, mercado libre entre otros. Para esta estrategia se destinará un valor mensual de \$500.000.

8.6.6. Estrategia De Servicio

Dados los costos de fabricación que influyen en los precios de venta, la empresa establece garantía por los daños que se pudieren presentar en el tejido, durante el siguiente mes de la compra, siempre que se compruebe que el daño no es por mal uso del producto. La garantía tiene un costo de reparación de \$200-000 mensuales.

8.6.7. Presupuesto Mezcla De Mercado

Tabla 25. *Inversión por estrategias de marketing*

ESTRATEGIA	DEFINICION	CANTIDAD	VALOR
Comunicación	Canales digitales	4	\$ 500.000
Promoción	Saldos e imperfectos	10	\$ 500.000
Servicio	Garantía de reparación	5	\$ 200.000
Total		19	\$ 1.200.000

Fuente: propia

8.6.8. Estrategia De Aprovisionamiento

Tabla 26. *Proveedores de insumos para fabricación*

Proveedor	Insumo	Cantidad	Costo
Sanyuri Sandoval Cabrera	Palma de iraca	70 unidades cogollo a \$2500 C/U	\$175. 000
Agricultora		70 cogollos por sombrero.	
Artesanas Gilma Jimenes Toledo	Correas en palma de iraca	unidad a \$18.000	\$144. 000
		8 correas por compra	

Artesana en palma de iraca			
Empresas venta de plásticos y manualidades (textil kilos) Pitalito	Trafiletes en percalina	Metro \$25.000 el metro. 3 metros por compra.	\$ 75. 000
Total			\$ 394. 000

9. Modulo De Operación

9.1. Ficha Técnica

Tabla 27. Ficha técnica

ITEM		Descripción
Producto específico	Sombrero suaceño servicio	Sombrero fabricado artesanalmente en palma de iraca
Nombre comercial	Sombreros suaza MT	Emprendimiento familiar con más de 80 años de experiencia

Unidad de medida	Tejido	Se define la calidad y tamaño del sombrero por el tipo y cantidad de tejido.
Descripción general	Elaboración artesanal	Diferentes estilos, tallas y tamaño del ala y copa, también varia la calidad del tejido
Condiciones especiales	Para el uso y conservación del producto se requiere:	No exponer al agua durante periodos largos, evitar guardarlo en espacios abiertos en exposición de la luz solar, almacenar en estado y lugar seco,
Composición (si aplica)	Palma de Iraca	Planta tropical nombre científico Carludovica Palmata, es una planta tipo herbácea y se cultiva cerca de fuentes de agua como ríos o quebradas en terrenos planos y laderas, esta planta no produce semillas viables para su reproducción, siendo la reproducción vegetativa su

principal método que se caracteriza por ser un tipo de reproducción asexual donde una planta se desarrolla a partir del fragmento de una planta madre.

9.2. Descripción Del Proceso

Actividades básicas que se realizan para fabricar el sombrero suaceño.

Tabla 28. *Actividades para fabricación de sombrero*

N°	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Corte del cogollo	3 h	Cultivador
2	Traslado a la fabrica	1 h	Director ejecutivo/ Coordinador
3	Despuntado de la materia prima	40 minutos	Supervisora de producción / Gerente de Finanzas
4	Desramado de la palma de iraca	1 h	Supervisora de producción y Operarias de producción

5	Ripiado y selección de la palma de iraca	3 h	Supervisora de producción y Operarias de producción
6	Cocinado de la palma de iraca	3 h	Supervisora de producción y Operarias de producción
7	Colgado y despegado de la palma de iraca	3 h	Supervisora de producción y Operarias de producción / Coordinador de marketing
8	Secado y segunda despegada de la palma de iraca	5 h	Supervisora de producción y Operarias de producción
9	Tejido del plato inicio de fabricación de un sombrero	2 días	Supervisora de producción y Operarias de producción
10	Tejido copa y ala del sombrero	45 días	Supervisora de producción y Operarias de producción
11	Acabado del cordón del sombrero	2 días	Supervisora de producción y Operarias de producción

12	Golpeado del sombrero	50 minutos	Director ejecutivo y Coordinador
13	Hormado del sombrero	25 minutos	Director ejecutivo
14	Prensado y terminación del sombrero, colocada del trafilete y correa	20 minutos	Director ejecutivo
15	Ubicación en el stand de venta al publico	15 minutos	Director

9.3. Estado De Desarrollo

La empresa sombreros suaza M.T. actualmente está posicionada en el mercado de ventas al cliente, con una producción aproximada de 6 sombreros al mes; siendo una empresa en crecimiento, la empresa posee un punto físico para la producción, En el centro í poblado Guayabal, municipio de Suaza; comparada la producción con las venteas se puede afirmar que la empresa recauda lo necesario para subsistir. Distinguiéndose por sus productos en palma de iraca de excelente calidad, otorgando incluso el sello de denominación de origen, y personalizando diseños al gusto de los clientes.

9.4. Plan De Producción

Atendiendo a que una persona elabora alrededor de 1 sombrero en un tiempo de 3 a 4 semanas, por lo cual 5 personas fabrican al mes, alrededor de 6 sombreros en palma de iraca.

Tabla 29. *Producción de sombreros a 3 años*

Cantidad/mes	Año 1	Año 2	5 %	Año 3	5 %
6	72	76		80	

9.5. Proyección De Ventas

Tabla 30. *Ventas de sombreros a 3 años*

Cantidad/mes	Año 1	Año 2	5 %	Año 3	5 %
6	68	71		74	

9.6. Requerimientos De Inversión

Para la inversión de 6 sombreros, se necesitarían 420 cogollos lo equivalen a un millón con cincuenta mil pesos, en la empresa M. T esa obra de mano de postula en promedio de 140 000 a 150 000 mil pesos, el arreglo del sombrero varía según la empresa se pueden encontrar de 130 000 hasta 350 000. La mano de obra de 6 sombreros a un precio de 140 000 equivalen a 840 000

Las correas en palma de iraca para 6 sombreros tendrían un costo de 108 000 pesos

9.6.1. Lugar De Operación

Vereda Guayabal, Municipio de suaza Huila, ubicado al suroriente del departamento del Huila, región central del valle del rio Suaza, sobre el costado occidental de la cordillera oriental de los Andes. El municipio, posee una superficie de 336 Km 2, la altitud en la zona urbana tiene un promedio de 990 m.s.n.m, su localización geodésica es de 1 ° 59' latitud norte y 75° 48' longitud oeste.

9.6.2. Requerimientos De Maquinaria, Planta Y Equipo

Tabla 31. *Requerimientos de maquinaria*

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura y adecuaciones	Adecuar un terreno como espacio en el cual se ubicará la fabrica	7,50 X 20 150 m cuadrado	Lote:\$35, 000. 000 construcción de las instalaciones de la fábrica \$30, 000.000	Terreno plano, con servicios públicos, en sitio céntrico.
	Se requiere una prensa hidráulica para el acabado del sombrero, con mejor textura y calidad	Una	\$20' 000.000	Diseño especial para moldes, Movida con energía eléctrica a 110 y 220 voltios.
Maquinaria y equipo	Se requiere golpeadora, para ajustar el tejido de la palma	Una	\$20' 000.000 Unidad	Eléctrica, con capacidad y velocidad para golpear varios

				tejidos al mismo tiempo.
	Se requiere Fileteadora, o maquina plana. corte y bordado de los trafiletes	Una	\$5' 000.000	Brother S7180A, calidad de puntada, alta velocidad, equipada para costura de cualquier material.
	Chanchala	5	\$250.000	Fabricada en madera
	Correa de cuero	5	\$125.000	En cuero de medio metro de larga
Equipo de comunicación y computación	Un pc portátil,	Uno	\$2' 400.000	Lenovo Intel core i5 de 24 GB de Ram con 512 GB SSD de almacenamiento, Windows 11, pantalla de 15.3 pulgadas
	Vitrinas	4	\$ 600.000	En aluminio y vidrio, de 180 de

				ancho por 1 metro de largo
	Se requiere			En vidrio y fibra
	Exhibidores	2	\$1'300.000	de madera, de 180
	de			de ancho por 2
	sombreros.			metros de alto
	Se requiere			Hechos en madera
	Estantes.	5	\$450.000	resistente, de 2
				metros de alto por
				45 centímetros de
				ancho
	Se requiere	5	\$70.000	Elaboradas en
	Sillas-			madera y cuero,
				tamaños
				ajustables.
				De forma
				rectangular con
Otros	Espejos	2	\$50.000	medidas de 54
				centímetros de
				ancho por 1 metro
				con 50 cm de largo

Tarjetas publicitarias	Kit de 1000	\$140.000	Personalizadas con diseño y la marca de la empresa
Empaques	Kit de cajas 300	\$ 7,500.000	Tanto cajas de cartón como bolsas en tela, tamaño según el sombrero.
	Kit de bolsas 200	\$ 400.000	Pines en material metálico y otros en acero quirúrgico, se colocan como adornos; los sellos en material metálico con resina son distinción de la calidad del sombrero
	Kit de pines 200	\$2, 000.000	
Pines y sellos			
	Kit de sellos 200	\$2, 000.000	
Registro a CCH, DIAN, industria y	Documentos de legalización	\$500.000	Realizar los trámites correspondientes en cada entidad.

comercio de	
Suaza.	
Total	\$ 127, 785, 000

9.7. Plan De Compras

Tabla 32. *Compras mensuales*

Insumos	cantidad	valor Unitario	valor total
Cogollos	420	\$2500	\$1.050.000
Hilos	1	\$5000	\$ 5000
Correa iraca	6	\$18 000	\$108 000
Trafilete	6	\$5000	\$30 000
Total	433	\$30 500	\$ 1.193.000

Fuente: propia

10. Modulo De Organización

10.1. Estrategia Organizacional

Misión.

La fábrica sombreros Suaza M.T es una empresa artesanal que fabrica y vende productos en palma de iraca, especialmente sombreros suaceños de alta calidad, igualmente ofrece una amplia variedad de productos artesanales de uso personal en palma de iraca; generando valor agregado al patrimonio cultural de la región.

Visión.

La empresa, trabaja con la idea clara de Convertirse en el año 2030 en un emprendimiento insigne del sur colombiano, posicionándose desde el territorio huilense en el mercado de las artesanías nacionales e internacionales, siendo una empresa exportadora, de artesanías de excelente calidad y precios justos.

Valores corporativos.

La empresa en sus prácticas contribuye a la sociedad, aplicando los siguientes valores éticos, como aporte al incremento de procesos responsables con la sociedad

Responsabilidad: Se refleja en la puntualidad en la entrega de los pedidos.

Solidaridad: Apoyando a otros emprendedores y a sus colaboradores.

Calidad: Disponer de los mejores materiales y acabados para los productos.

Ética: Trato equitativo, igualitario, respetuoso y digno hacia las personas

Innovación: Se busca investigar para mejorar y actualizar los procesos de la empresa

Figura 24

Logotipo



El logotipo, expone la representación del sombrero Suaza, distinguiendo sus características que lo hacen único en la región valle del suaza; representa la elaboración artesanal

a mano y el legado de un patrimonio cultural. Esta diseñado en un fondo blanco que refleja la pureza del producto artesanal, el sombrero está en un color natural blanco hueso, siendo una de sus principales características, muestra el ala larga y estilo de copa tres canales, siendo este estilo el más utilizado en el mercado, a luciendo al valor agregado se incorpora a un costado los sellos de denominación de origen; que da el estatus de calidad y protección cultural.

10.2. Matriz DOFA

Tabla 33. *Matriz Dofa*

	Fortalezas	x	Debilidades	X	
Análisis interno	Productos de excelente calidad y durabilidad		Falta de estrategias para llegar a nuevos mercados		
	Uso de materia prima natural y renovable		Costos de producción altos		
Análisis externo	Identidad cultural, símbolo del municipio de Suaza		Escaso acceso a créditos o financiación para el desarrollo de la empresa		
Oportunidades	X	Estrategias Fo	x	Estrategias Do	X
Inclusión en ferias de artesanías, eventos culturales	Participar activamente en ferias y eventos culturales		Minimizar costos de producción sin perder calidad		
Entidades que fortalecen el desarrollo artesanal	Crear alianzas con entidades de apoyo artesanal		Implementar proyectos en convocatorias de apoyo artesanal		

Amenazas	X	Estrategias Fa	x	Estrategias Da	X
Competencia, intermediarios		Ampliar el mercado con nuevos diseños artesanales y accesorios		Utilizar nuevas técnicas de producción más eficiente	
Productos industrializados de baja calidad y menor precio		Implementar herramientas de venta online		Buscar programas de capacitación de gestión financiera y marketing	

10.3. Organismos De Apoyo

La empresa se ha visto beneficiada por el apoyo que le brinda ciertas entidades al desarrollo cultural, la empresa sombreros suaza M.T. se vio beneficiada por el programa Mujer Opita Emprende, consistió en apoyar a las mujeres emprendedoras del departamento del Huila, empoderamiento económico a través del fortalecimiento de sus unidades productivas, la representante de la empresa Marleny Toledo recibió en nombre de la empresa recursos financiados como vitrinas o exhibidores y espejos rectangulares, utensilios que son necesarios que complementan la empresa para la muestra de los productos y la atención al cliente, Igualmente se ha recibido el apoyo técnico de Centro Progres, Uniminuto CU Neiva, en la elaboración del plan de negocios.

10.4. Estructura Organizacional

Organigrama.

Figura 25

Grafico 24. Organigrama de la empresa

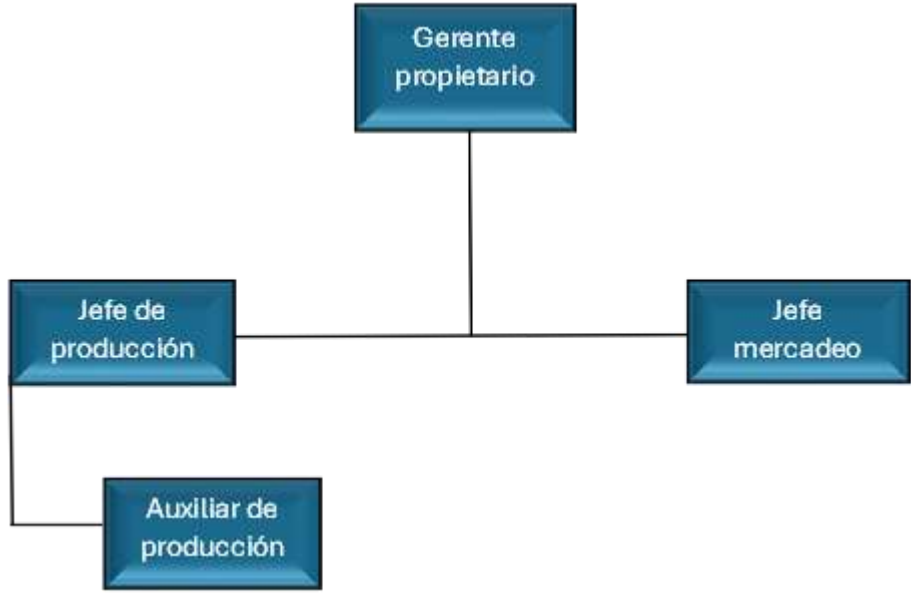


Tabla 34. Estructura de la empresa

Nombre del cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tiempo de contratación	Dedicación de tiempo (Completo, tiempo parcial)	Unidad	Remuneración	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia general (años)	Experiencia específica					
Gerente propietario	Representar la empresa	Secundaria	5	5	Indefinido	Completos	Clasificación laborados	\$ 1,423.500	Enero

10.5. Aspectos Legales

Son los aspectos que debe cumplir la empresa, para que se reconozca como una entidad legalmente constituida en Colombia.

Normatividad comercial: La empresa se considera por ser una sociedad de responsabilidad limitada, El código CIUU para la fabricación artesanal de sombrero en palma de iraca es el 1719, correspondiente a la fabricación de otros productos textiles, este código engloba aquellas actividades que tienen relación con la fabricación de productos textiles no especificados en otras clases, Se constituirá una sociedad familiar anónima, dentro de sus características se fundamenta por la fabricación de productos artesanales, se fundamenta por ofrecer productos de alta calidad, se fundamenta por usar material artesanal, debe afiliarse cámara y comercio del Huila

Normatividad tributaria

La empresa no cuenta con ningún régimen, no cuenta con pre Rut ni Rut, no es redefuente de impuestos nacionales de IVA, no declara renta, no paga impuestos de vehículos, vivienda ni otros, no paga impuestos municipales, no Reteica, no ICA, no aviso y tableros, no tiene registro de libros contables, no tiene registro de vendedores y no maneja factura electrónica.

Normatividad laboral

Afiliación a salud, fondo de pensiones y cesantías, ARL y caja de compensación. No aplica

Parafiscales, tramites con ministerio para reglamento de trabajo, salud ocupacional y seguridad industrial. No aplica

Normatividad técnica:

Uso del suelo: si autorizado.

Sayco: no aplica

INVIMA: No aplica.

Secresalud: No aplica

Medio ambiente Si autorizado por la CAM.

Registro de Marca si, patentes, código de barra: No

Certificación de calidad: Si Artesanías de Colombia.

Normatividad ambiental:

Como cualquier otra empresa industrial deben cumplir con el decreto 1076 de 2015 donde establece la normativa ambiental en el sector, incluyendo regulaciones sobre vertimientos, emisiones, residuos peligrosos y aprovechamiento de residuos.

10.6. Costos Administrativos

Tabla 35. *costos por mes*

Costo	Descripción	Valor mensual \$
Arriendo	No aplica	
Servicios públicos	Energía, agua, gas, internet	\$ 300 000
Papelería	Factureros, bolígrafos	\$ 35 000

Limpieza y Mantenimiento	\$ 100.000
Pago personal administrativo	\$ 1,423.500
Total	\$ 1,858.500

11. Modulo Financiero

11.1. Proyección De Ingresos

Proyección de ventas

Tabla 36. *Proyección ventas de la empresa*

Produc to	Trimes tre 1	Trimes tre 2	Trimes tre 3	Trimes tre 4
Sombre ro Suaza tres canales. Costo promedio	12 \$ 15.000.000	32 \$ 40,000.000	10 \$ 12,500.000	14 \$ 17,500.000
Total, anual		\$ 85,000.000		

La tabla muestra la cantidad de productos que se van a vender por cada uno de los 4 trimestres en que se divide el año; Destacando que el trimestre 2 y el trimestre 4 las ventas tienen un aumento considerable dada la realización de las fiestas de San Pedro, en Junio y las de fin de año, en diciembre.

11.2. Proyección De Egresos (Costos Y Gastos)

Costos fijos

En la nómina de la empresa Sombreros Suaza M.T. Se fijan los cargos, sueldo base, pensión, salud, ARL, parafiscales (ICBF, caja de compensación y Sena), vacaciones, cesantías, interés de cesantías y prima

Tabla 37. Nómina

Nómina		
Cargo	Sueldo mensual \$	Sueldo año 1
Gerente	\$ 1,423.500	\$ 17,082.000
Jefe de producción	\$ 1,423.500	\$ 17,082.000
Jefe de mercadeo	\$ 711.750	\$ 8,541.000
Auxiliar de producción	\$ 1,423.500	\$ 17,082.000
Subtotal	\$ 4,982.250	\$ 59,787.000
Pensión, salud y ARL 21%	\$ 1,046.272	\$ 12,555.270
Parafiscales 9%	\$ 448,402	\$ 5,380.830
Prestaciones 21,8%	\$ 1,086.130	\$ 13,033.566
Aux de transporte	0	0
Total de salarios	\$ 2,580.804	\$ 30,969.666
Total, de nómina mensual	\$ 7,563.054	90,756.666

Fuente: Propia

La nómina representa el gasto mensual que la empresa debe asumir como remuneración de sus colaboradores; Observándose que al pagar la totalidad de los requisitos legales establecidos esta aumenta en un 50 % aproximadamente su valor.

Gastos Generales

Tabla 38. Gastos generales

Costos

Concepto	Mensual \$	Año 1
Arriendo	\$ 0	0
Servicios públicos	\$ 300 000	\$ 3,600.000
Papelería	\$ 35 000	\$ 420.000
Limpieza y Mantenimiento	\$ 100.000	\$ 1,200.000
Canales digitales	\$ 500.000	\$ 6,000.000
Nomina	\$ 7,563.054	\$ 90,756.666
Subtotal	\$ 8,498.054	\$ 101,976.666 -

Fuente: propia

Los gastos generales muestran los gastos mensuales de la empresa, adaptando un análisis de gastos en un año.

Costos Variables

Tabla 39. *Costos variables para 6 Sombreros*

Ítem	Costos variables totales	Unidad	Valor total
Hilo		Gl	\$ 5000
prima Materia		420	\$1.050.000
Correa en palma iraca			\$108 000
Trafilete			\$30 000
----	-----	<i>Costo unitario del producto o servicio</i>	Σ 1,193.000/6 \$ 198,833.33

Fuente: Propia

En esta tabla se plasman los costos denominados variables, por cuanto se constituyen en función de la cantidad de insumos que se requieren para la producción de Sombreros o artesanías en un mes.

11.3. Capital De Trabajo

Tabla 40. *Capital de la empresa*

<u>Inicio</u>		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Capital de Trabajo					
Cuentas por cobrar	Descripción				
Rotación Cartera Clientes	Días	50	160	100	70
Cartera Clientes	\$	1.600.000	2.600.000	900.000	700.000
Cartera Clientes (Var.)	\$	0	1.000.000	-1.700.000	-200.000
Cuentas por Pagar					
Cuentas por Pagar Proveedores	Días	1	1	1	1
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Cuentas por Pagar Proveedores (Variación)	\$	0	0	0	0

Fuente: propia

El análisis del capital de trabajo refleja que la empresa mantiene estabilidad en sus cuentas por pagar, con valores constantes a lo largo de los cuatro años lo que evidencia una adecuada gestión con proveedores.

11.4. Balance General

Tabla 41. *Balance de la empresa*

30-sep-25			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS A CORTO PLAZO	
Caja - Bancos	\$ 500.000,00	Cuentas por pagar	\$ - 0

Cuentas por cobrar	\$ 500.000,00	Compra crédito insumos	
Inventario de materiales	\$ 394.000,00	PASIVO A LARGO PLAZO	
Inventario de producto en proceso	\$ 394.000,00	Cuentas por pagar	\$ 15.000.000,00
Inventario de producto terminado	\$ 2.400.000,00	Compra crédito Bancarios	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 4.188.000,00	TOTAL PASIVOS	\$ 15.000.000,00
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Maquinaria	\$ 15.000.000,00	Capital Financiero	\$ 40.000.000,00
Propiedad de terreno	\$ 150.000.000,00	Utilidad del ejercicio	\$ 3.500.000,00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 165.000.000,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 43.500.000,00
TOTL ACTIVOS	\$ 169.188.000,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 58.500.000,00

Fuente: propia

El balance general de la empresa muestra una estructura financiera sólida, con activos fijos significativos que respaldan la operación de una adecuada relación entre activos y patrimonio,

Aunque presente un pasivo a largo plazo, el capital financiero y la utilidad del ejercicio garantizan la sostenibilidad y capacidad de la empresa.

11.5 Estado De Resultados

Tabla 42. Estado de resultados de la empresa

ESTADO DE RESULTADOS		
30/09/2025		
VENTAS		\$ 7.000.000,00
Ventas de contado	\$ 3.000.000,00	
Ventas a crédito	\$ 4.000.000,00	
COSTOS DE VENTAS (-)		\$ 8.756.054,00
Materiales o mercancías	\$ 1.193.000,00	
Mano de obra	\$ 7.563.054,00	
UTILIDAD BRUTA		-\$ 1.756.054,00
GASTOS DEL NEGOCIO (-)	\$ 194000	
UTILIDAD OPERATIVA		-\$ 1.756.054,00
APORTES FAMILIARES (+)	\$ -	\$ - 0
GASTOS FAMILIARES (-)	\$ -	\$ - 0
UTILIDAD NETA DESPUES DE GASTOS FAMILIARES		-\$ 1.756.054,00

Fuente: propia

El estado de resultados evidencia un margen positivo en cada año proyectado, lo que demuestra que el proyecto es rentable, los ingresos superan los egresos, garantizando sostenibilidad y la posibilidad de reinversión en el negocio.

11.6. Punto De Equilibrio

Tabla 43. *Punto de equilibrio de la empresa*

Producto/servicio	Costo variable unitario CVU	Precio de venta unitario PVU	Costo fijo CF	Punto de equilibrio PEQ
Sombrero Suaza tres canales. Valores promedio	198,833.33	1,250,000	7,563,054	7.19

$$P.EQ.=CF/(PVU-CVU)$$

$$P.EQ. = 7,563,054/(1,250,000 - 198,833.33)$$

$$= 7,563,054/1,051,166.67$$

$$P. EQ = 7.19$$

Por consiguiente, se requieren vender más de 7 sombreros y menos de 8 para encontrar el punto en el cual la empresa ni gana ni pierde económicamente.

11.7. Flujo De Caja

Tabla 44. *Flujo de caja de la empresa*

	Inversión	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4
I. Ingresos operativos					
Sombrero tres canales		\$ 18,750.000	\$ 17,500.000	\$ 20,000.0000	\$21,250.000
Producto 2		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto 3		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto 4		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Descuentos					
Total de ingresos operativos		18,750.000	17,500.000	20,000.0000	21,250.000
II. Gastos operativos fijos	Inversión	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4
Pagos laborales directos		\$ - 7,563.054	\$ - 7,563.054	\$ - 7,563.054	\$ - 7,563.054
Total de gastos de producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total de gastos de administración		\$ - 300.000	\$ -200.000	\$ -250.000	\$ - 180.000
Total de gastos de ventas		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros (cuáles)					
Costo de materia prima e insumos. Total		\$ 1,000.000	\$ - 950.000	\$ - 1,100.000	\$ - 1,000.000
Pago a proveedores		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros (prestamos)		\$ - 500.000	\$ - 480.000	\$ - 450.000	\$ - 400.000
Compra de maquinaria		\$ - 3,750.000	\$ - 3,750.000	\$ - 3,750.000	\$ - 3,750.000
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total, de gastos y costos		13,113.054	12,943.054	13,113.054	12,893,054
Superávit (déficit) operativo		\$ - 5.636.946	\$ - 4,556.946	\$ - 6,886.946	\$ - 8,356.946

Fuente: propia

El flujo de caja proyectado es estable, asegurándose con un déficit sobrante de 5,636.946, lo que asegura liquidez suficiente para cubrir las obligaciones operativas y financieras. El manejo de efectivo proyectado indica un control adecuado.

11.8. Conclusiones Financieras Y Evaluación De Viabilidad

El análisis financiero del proyecto Sombrero Suaza M.T ha demostrado que el emprendimiento presenta una trayectoria económica viable y sostenible, considerando proyecciones de ventas, costos y márgenes obtenidos.

De acuerdo con la proyección de ingresos, la empresa alcanzará ventas anuales estimadas en \$ 85.000.000, impulsadas principalmente por las temporadas de mayor demanda durante las fiestas de San Pedro y fin de año, a esto se le agrega las ferias o eventos que se realizan por parte

de entidades que destinan actividades que permiten postular la empresa en representación de nuestra cultura Suaceña.

Los costos fijos ascienden aproximadamente \$ 7.,563.054 mensuales, que incluyen gastos de nómina, servicios públicos, papelería, mantenimiento, canales digitales y otros gastos operativos. Los costos variables unitarios se estiman en \$ 198.833.33 por producto (Sombrero) con un promedio de venta de \$ 1,250.000.

El margen bruto supera el 80 % lo que permite afrontar imprevistos y mantener la rentabilidad incluso ante variaciones en los costos de producción o disminución temporal en ventas.

Además, el proyecto muestra un adecuado manejo de recursos humanos y administrativos, con estructura de costos razonables y enfoque en la sostenibilidad del producto artesanal, la alta demanda cultural y el reconocimiento del Sombrero Suaceño como patrimonio cultural inmaterial de la Nación refuerzan su potencial de expansión regional y nacional.

12. Modulo De Impactos

12.1. Impacto Económico

El emprendimiento de la elaboración del sombrero suaceño genera un importante impacto económico en el municipio de Suaza, fomenta la creación de empleo y el fortalecimiento del comercio local, este proyecto busca que nuestra producción en palma de iraca sea rentable y sostenible, impulsando la economía de las familias que se dedican a este oficio tradicional, especialmente a aquellas mujeres que son cabeza de hogar.

12.2. Impacto Regional

El emprendimiento de elaboración del sombrero suaceño genera un importante impacto regional, al fortalecer una actividad cultural ancestral que ha sido símbolo de identidad para el

municipio de Suaza y para todo el sur del departamento del Huila. Esta tradición artesanal transmitida de generación en generación representa no solo una manifestación de arte y oficio sino también un legado que conecta el pasado con la actualidad, reafirmando el orgullo y la pertinencia de la comunidad suaceña.

Actualmente este arte ha generado un impacto regional masivo donde incluso se estableció la ley 2545 conocida como la “*ley del sombrero suaceño*” el Gobierno Nacional y el Congreso de la Republica reconocen oficialmente el sombrero suaceño y el arte de tejerlo en palma de iraca como patrimonio cultural inmaterial de la Nación, esta ley busca proteger y promover esta tradición ancestral, además de declarar el 01 de junio como Día Nacional del Sombrero Suaceño.

12.3. Impacto Social

El proyecto refleja la preservación y promoción del patrimonio cultural del municipio, al mantener viva una tradición artesanal que es transmitida de generación en generación, este emprendimiento fortalece la identidad cultural del pueblo suaceño y promueve la cohesión comunitaria al involucrar familias en la producción, así mismo se constituye en una fuente de inclusión y empoderamiento al brindar oportunidades laborales dignas a aquellas mujeres jóvenes, que desean poder solventar gastos personales, favoreciendo estabilidad social y sentido de pertinencia hacia las raíces culturales del territorio.

12.4. Impacto Ambiental

Desde el punto de vista ambiental, el proyecto promueve prácticas sostenibles mediante el uso responsable de la palma de iraca, materia prima fundamental en la elaboración del sombrero,

la enseñanza de la siembra, recolección y aprovechamiento adecuado de los cogollos garantiza la conservación de la planta y el equilibrio ecológico, además este cultivo contribuye a la limpieza del dióxido de carbono (CO₂) en la atmosfera, aportando a la mitigación del cambio climático, de esta manera este emprendimiento se posiciona como una actividad responsable con el medio ambiente y se compromete con la sostenibilidad del entorno natural.

13. Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio tiene como propósito analizar la viabilidad técnica, financiera y social del proyecto “Sombreros Suaza M.T.”, una propuesta de emprendimiento artesanal que busca rescatar y fortalecer la tradición del tejido de sombreros en el municipio de Suaza, Huila. Este emprendimiento pretende generar empleo local, promover el trabajo artesanal sostenible y ofrecer productos de alta calidad elaborados con materiales naturales.

El análisis financiero demuestra que el proyecto cuenta con un equilibrio adecuado entre inversión, costos de producción y proyecciones de ventas. Las proyecciones a cuatro años reflejan un crecimiento progresivo de la rentabilidad, evidenciando sostenibilidad económica.

Además, el impacto social y cultural refuerza el valor agregado del proyecto, que contribuye a la preservación del patrimonio regional y al empoderamiento de los artesanos locales.

14. Referentes Bibliográficos

Artesanías de Colombia. (s.f.). Artesanías de Colombia. Recuperado de <https://artesaniasdecolombia.com.co/portal/>

KienyKe. (s.f.). Sombrero suaceño: la cultura del pueblo. Recuperado de <https://www.kienyke.com/historias/sombrero-suaceno-la-cultura-del-pueblo>

Este artículo periodístico brinda información de primera mano de los productores del sombrero suaceño.

La Sombrerería. (2013, 11 de octubre). El Sombrero Suaceño. Recuperado de <https://lasombrereria.es/2013/10/11/el-sombrero-suaceno/>

Este artículo brinda información relevante del proceso de elaboración del sombrero.

Diario del Huila. (s.f.). Sombrero Suaceño del Huila patrimonio nacional. Recuperado de <https://diariodelhuila.com/sombrero-suaceno-patrimonio-nacional/>

Este artículo periodístico, menciona el interés de declarar patrimonio nacional a el sombrero suaceño.

Sombreros Martis (s.f.). Sombrero Suaceño. Recuperado de <https://sombrerosmartis.com/products/sombrero-suaceno-marlboro-extrafino>

Esta página web, da información importante sobre las características del sombrero.

Caballo Ecuestre (s.f.). Sombrero Suaceño - Estilo tres canales. Recuperado de <https://caballoecuestre.com/product/sombrero-suaceno-estilo-tres-canales/>

Díaz, J.; Ávila, C.; Saavedra, D.; Cardozo, A. (2019). Propagación de Pindo (*Gynerium sagittatum*): un aporte al patrimonio biodiverso y cultural del Huila.

Moreno, L.; Pérez, C.; Perdomo, G. (2020). Agroindustria del pindo: Un caso de estudio en el departamento del Huila.

Magnífica, H. (n.d.). *Sombrero de Pindo*. Huila Magnífica. Retrieved March 24, 2025, from <https://huilamagnifica.com/tag/sombrero-de-pindo/>

Gómez-Pérez, A. M., & Díaz-Rodríguez, C. L. (2022). *Tradición y adaptación: la evolución del sector sombrero artesanal en Colombia*. *Revista Latinoamericana de Estudios Culturales*, 10(2), 78-95.

Secretaria de cultura y turismo del Huila, G. (1969, December 31). *Secretaría de Cultura y Turismo*. Gobernación del Huila. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/5174/secretaria-de-cultura-y-turismo/>

HUILA-SUAZA. (n.d.). Colombiaturismoweb.com. Retrieved July 21, 2025, from <https://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/HUILA/MUNICIPIOS/SUAZA/SUAZA.htm>

Anexos

Anexo A. Encuesta a clientes potenciales A

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

PROGRAMA LCNE Y EDUCACION AMBIENTAL

CENTRO PROGRESA NEIVA

Encuesta a clientes potenciales.

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que estamos realizando un proyecto de emprendimiento en este municipio, para lo cual le solicitamos amablemente nos apoyen con la siguiente información, si lo estiman conveniente. La información suministrada, solo tendrá fines académicos.

1. Información General: Edad...Genero...Domicilio.....usa el sombrero suaceño.... Es turista Si....No....

2. ¿De los sombreros que se fabrican en Colombia, que material es el que más le gusta?
Pindo...Iraca....Caña flecha...fibra sintética....

3 ¿Conoce como se cultiva y extrae la palma de iraca para fabricar el sombrero suaceno?S...N...

4¿Considera que el tejido a mano es la principal característica que distingue y da valor al sombrero suaceño?S...N...

5¿Le gustaría conocer la historia detrás del sombrero suaceño y sus artesanos? S...N...

6¿Conoce la diferencia entre la calidad de cada tipo de tejido? S...N...

7¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sombrero de alta calidad? 500000..... entre 501000 y 700.000... entre 701000 y 900.000... entre 901000 y 1200.000.... más de 12001000....

8“¿Cómo calificaría la calidad del sombrero suaceño? Excelente – Buena – Regular – Mala.

9¿Conoce el signo distintivo, otorgado por la SIC, que le da el reconocimiento y protección de comercialización al sombrero suaceño? S...N...

10 ¿recomendaría el sombrero suaceño a otras personas, por Calidad... precio...tejido....

GRACIAS.

Anexo B. Entrevista a la competencia B

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

PROGRAMA LCNE Y EDUCACION AMBIENTAL

CENTRO PROGRESA NEIVA

Entrevista a la competencia.

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que estamos realizando un proyecto de emprendimiento en este municipio, para lo cual le solicitamos amablemente, nos apoyen con la siguiente información, si lo estiman conveniente. La información suministrada, solo tendrá fines académicos.

1. Información General: Domicilio.....Antigüedad.....Propietario.....

2. ¿Qué materias primas utilizan para la fabricación de sus sombreros?

3. ¿Utilizan técnicas tradicionales o modernas para la fabricación de sus sombreros, garantizando que estos sombreros sean de calidad artesanal?

4. ¿Cómo determinan el valor de un sombrero?

5. ¿qué estrategias utilizan para promocionar sus productos?

6. ¿En qué temporada tiene mayores ventas de sombreros, donde: en la fábrica o participando en ferias artesanales o eventos culturales?

7. ¿Cuál ha sido su mayor reto en los procesos de comercialización de los productos, especialmente el sombrero suaceño?

8. ¿Según lo que buscan sus clientes, Qué modelo de sombreros es el que más venden?

Anexo C. Cartilla digital C

Anexo A: Código QR con la Cartilla formativa denominada: “de la palma al sombrero”

Contenido:

Presentación

Descripción general de la palma de iraca

Condiciones técnicas para el cultivo de la palma.

Composición del suelo (PH).

Siembra, cultivo, Abonos e insumos

Tiempo de cosecha, época de recolección.

Usos más frecuentes

Historia del Sombrero de palma de iraca.

De la fabricación artesanal a la fabricación con apoyo de maquinas

Del uso de energía convencional a la Propuesta de utilización de energías limpias.



Anexo D. Imágenes de la Empresa D

