

Comercialización de Prendas Elaboradas con Fibras Naturales: El Futuro de la Moda Sostenible

Autor:

Lina Paola Tamayo Pérez

Instructora de Proyecto Productivo

lpamayo@sena.edu.co

Resumen.

La moda se ha caracterizado, con el paso de los años, por ser un fenómeno tanto cultural como económico. Este fenómeno avanza de manera constante, renovándose y generando nuevas tendencias que evocan lujo, belleza y fantasía; impulsando así el consumo desmedido de quienes buscan estar siempre a la vanguardia. No obstante, este ciclo continuo no solo representa una evolución estética, sino que también evidencia un impacto profundo en el medio ambiente, producto de una industria reconocida por sus efectos contaminantes y el uso excesivo de recursos esenciales para la sociedad. Esta afirmación nos permite reflexionar sobre la necesidad de adoptar nuevas tendencias de moda consciente que busquen minimizar los impactos de una industria tan desmedida en el consumismo.

En este contexto, se realiza una reflexión en torno al Plan de Negocio de la aprendiz egresada Yulenny Borja Rentería, perteneciente al programa de Técnico en Asesoría Comercial, quien optó por desarrollar un proyecto productivo bajo enfoque empresarial como alternativa de etapa productiva. Esta iniciativa fue presentada en el marco de la primera Convocatoria de Proyecto Productivo, liderada por el Centro de Formación Agroturístico de la Regional Santander en el año 2024, con el proyecto denominado *Natural Coulture*. Esta propuesta evoca la cultura ancestral chocoana y busca promover el uso de recursos autóctonos de la región en la industria de la moda textil, impulsando al mismo tiempo la moda circular como una apuesta hacia la sostenibilidad.

La reflexión presentada permite repensar la naturaleza cíclica de la moda, que se oriente hacia una ética circular y que promueva el uso consciente de los recursos, el respeto por las culturas locales y la preservación del medio ambiente. La moda, lejos de que la limitemos solo al contexto estético, puede convertirse en un motor que promueva el cambio, transformando el desmedido consumo y producción con un modelo más consciente y que aporte en la construcción de un futuro más sostenible para las generaciones venideras.

Palabras clave: Moda sostenible, economía circular, consumo responsable, sostenibilidad.

Abstract.

Fashion has been characterized, over the years, as both a cultural and economic phenomenon. This phenomenon advances constantly, renewing itself and generating new trends that evoke luxury, beauty, and fantasy; thus driving the excessive consumption of those who seek to always be at the forefront. However, this continuous cycle not only represents an aesthetic evolution, but also reveals a profound impact on the environment, the result of an industry known for its polluting effects and excessive use of resources essential to society. This assertion allows us to reflect on the need to adopt new conscious fashion trends aimed at minimizing the impacts of such an unrestrained and consumer-driven industry.

In this context, a reflection is carried out around the Business Plan of graduate student Yulenny Borja Rentería, from the Technical Program in Commercial Advising, who chose to develop a productive project under a business approach as an alternative for her productive stage. This initiative was presented within the framework of the first Productive Project Call, led by the Centro de Formación Agroturístico of the Santander Regional Office in 2024, with the project entitled Natural Coulture. This proposal evokes the ancestral Chocoana culture and seeks to promote the use of native regional resources in the textile fashion industry, while simultaneously fostering circular fashion as a commitment to sustainability.

The reflection presented invites us to rethink the cyclical nature of fashion, orienting it toward circular ethics that promote the conscious use of resources, respect for local cultures, and the preservation of the environment. Fashion, far from being limited to the aesthetic context, can become a driver of change, transforming excessive consumption and production into a more conscious model that contributes to building a more sustainable future for generations to come.

Keywords: Sustainable fashion, circular economy, responsible consumption, sustainability.



Introducción.

La gran demanda y el alto nivel de consumo que caracteriza a la sociedad actual, así como las nuevas formas de acceso a prendas de bajo costo y con procesos de compra simplificados, han impulsado a las empresas de la industria textil a aumentar su producción en masa. Como consecuencia, se ha incrementado la oferta de prendas fabricadas con materiales de baja calidad y con escasa consideración por la sostenibilidad ambiental.

El impacto que esta industria masiva genera sobre el medio ambiente, se ha convertido en una preocupación creciente a nivel global. Muchos países han comenzado a tomar medidas para contribuir a la preservación del entorno natural. De acuerdo con el Parlamento Europeo (2020), resulta urgente repensar la forma en que nos relacionamos con la moda, especialmente en lo que respecta a nuestras decisiones de consumo.

En este sentido, la Unión Europea ha formulado estrategias orientadas a reducir los residuos textiles, fomentar la reutilización y el reciclaje, y alargar la vida útil de las prendas, evitando así que estas terminen prematuramente en los vertederos.

El mismo informe presenta una cifra reveladora: para fabricar una sola camiseta de algodón se requieren aproximadamente 2.700 litros de agua, equivalente al consumo de una persona durante dos años. A esto se suma el uso extensivo de tierras para el cultivo de las fibras, lo cual conlleva a la degradación del suelo. Estos cultivos demandan grandes cantidades de pesticidas, fertilizantes y agua, factores que no solo agotan los recursos hídricos, sino que también provocan la pérdida de biodiversidad debido a la contaminación.

Igualmente, el Parlamento Europeo (2020), en su artículo, referencia como no es de extrañar, que la industria textil haya sido identificada como la tercera mayor responsable de la degradación del agua y del suelo a nivel mundial. Se estima que cerca del 20 % de la contaminación de agua potable proviene de este sector. Estos datos evidencian la necesidad de generar mayor conciencia

entre los consumidores, quienes deben exigir, apoyar o incluso crear alternativas responsables dentro del mundo de la moda.

Iglesias (2023) señala en su investigación que la industria de la moda utiliza una enorme cantidad de recursos naturales, y que su impacto ambiental se ha visto agravado por el fenómeno del fast fashion. Este modelo ha acelerado el consumo hasta el punto de transformar nuestra relación con la ropa, reduciéndola a una lógica de “usar y desechar”. Hoy en día, muchas personas adquieren prendas de manera masiva, sin una necesidad real, motivadas por tendencias pasajeras y precios bajos. Esta dinámica no solo afecta al medio ambiente, sino que también evidencia una desconexión del consumidor con el verdadero valor de las prendas y los procesos que implican su producción.

Ante esta situación, surge la necesidad de ofrecer alternativas sostenibles dentro de la industria de la moda. Una de estas alternativas es el uso de fibras naturales provenientes de productos vegetales, con las cuales es posible fabricar prendas de alta calidad y durabilidad.

Natural Coulture nace como respuesta a esta necesidad. En el plan de negocios desarrollado por la aprendiz; se propone una estrategia de mercadeo enfocado en productos elaborados con fibras naturales y algodón recuperado, que además evocan las raíces y tradiciones ancestrales del municipio de Bagadó – Chocó, lugar de origen de la aprendiz emprendedora.

De acuerdo con la información relacionada en el documento “Diagnóstico del sector artesanal en comunidades afrodescendientes del Chocó” de artesanías de Colombia (2012), en Bagadó, el cultivo de algodón tiene una importancia social y económica significativa, al representar una fuente de ingresos para numerosas familias rurales. Estas familias conservan sistemas agrícolas tradicionales que integran prácticas ancestrales propias de las comunidades afrodescendientes. Recientemente, la región ha comenzado a reconocer el potencial del aprovechamiento de los residuos de estos cultivos, los cuales, en su mayoría, son comprados por grandes industrias textiles.

Esta realidad representa una oportunidad para revalorizar el algodón recuperado el cual proviene del reciclaje

de residuos textiles, del desecho del algodón considerado no apto, reduciendo los residuos transformándolos en confecciones artesanales y tejidos tradicionales. Este proceso fomenta el trabajo colectivo, especialmente entre mujeres artesanas ya que las variedades locales de fibras conocidas como la damagua y el cabecinegro constituyen parte del conocimiento ancestral transmitido entre generaciones por comunidades afrodescendientes e indígenas.

De hecho, desde Artesanías de Colombia, se han consolidado proyectos de alto impacto basados en el aprovechamiento sostenible de estas fibras, convirtiéndose en un verdadero patrimonio vivo del departamento del Chocó.

Su conservación y fortalecimiento implican proteger la cultura afrodescendiente e indígena, dinamizar la economía rural y promover una agricultura sostenible basada en semillas nativas y procesos comunitarios. Estas prácticas representan una oportunidad valiosa para el desarrollo de iniciativas de etnodesarrollo, a través de artesanías con valor agregado y turismo cultural sostenible.

Imagen 1. Esta imagen muestra a una artesana hilando con la fibra de la damagua.



Fuente: Tomado como referencia de Colombia Artesanal, 2025.

Planteamiento estratégico de *Natural Coulture*.

En el municipio de Bagadó del departamento del Chocó, el cultivo de algodón ha representado históricamente una actividad de alto valor para comunidades rurales, esta práctica tradicional, se ha conservado a través de generaciones dado que estas comunidades buscan preservar los saberes ancestrales, así como el respeto de la naturaleza y la relación armónica con el entorno. Las variedades locales como el cabecinegro y la damagua no solo son reconocidas por su adaptabilidad a las condiciones agroclimáticas de la región, sino también por el valor cultural que representan dentro de las prácticas textiles artesanales de la comunidad.

El cultivo de algodón representa un soporte económico fundamental para las comunidades y familias que viven de su producción y posterior venta para las grandes industrias textiles en el país. Sin embargo, una gran parte del algodón cultivado, no cumple con los estándares comerciales requeridos por la industria, es por esto que frente a esta situación, *Natural Coulture* se enmarca dentro de la necesidad de rescatar, la preocupación de las comunidades rurales por la conservación y el respeto al entorno natural, así como generar una alternativa a las artesanas como oportunidad estratégica para el aprovechamiento del algodón recuperado, que pueden ser transformado en productos donde se evoque la cultura afrodescendiente e indígena de estas comunidades.

El aprovechamiento del algodón, así como el uso de las fibras naturales, es una respuesta a la necesidad de crear estrategias que aporten a minimizar los impactos ambientales, así como crear nuevas oportunidades para las comunidades que viven de estos cultivos, promoviendo fibras autóctonas de la región. Dentro del pensamiento estratégico del emprendimiento propuesto por la aprendiz, se abre una ventana de oportunidad para el desarrollo local sostenible, a través de la

transformación artesanal de estas fibras y creando emprendimientos que promuevan el saber de las artesanas, recuperando las técnicas tradicionales de tejido y fortaleciendo la identidad cultural del territorio, así como la generación de empleo formal.

Asimismo, el planteamiento estratégico del proyecto Natural Coulture está alineado con las nacientes tendencias de consumo responsable y economía circular, respondiendo a la creciente demanda de consumidores conscientes del impacto ambiental dentro de sus decisiones de compra. Este perfil de consumidor, que valora productos que integren principios de sostenibilidad, respeto por el entorno, y que al mismo tiempo promuevan el arte y la cultura colombiana.

Con este enfoque, el proyecto tiene como propósito la elaboración de prendas como camisetas y accesorios que rescaten y visibilicen los saberes ancestrales mediante el uso de las fibras naturales como la damagua y cabecinegro, igualmente el uso del algodón recuperado, considerado como

desecho de las industrias. Estas prendas tendrán como principio la aplicación de técnicas de elaboración artesanal y diseños inspirados en las comunidades afrodescendientes. Los productos incluirán estampados y paletas de colores que evocan la riqueza cultural del Pacífico colombiano elaborados con tintas ecológicas y de origen vegetal, contribuyendo así a una moda más limpia y respetuosa con el ambiente.

Esta línea de productos no solo representa una alternativa innovadora dentro del sector textil, sino que también fortalece los procesos de etnodesarrollo y economía solidaria, proyectando a Bagadó como un territorio de alto valor cultural, sostenibilidad ambiental y creatividad artesanal. De esta manera, *Natural Coulture* busca posicionarse como una marca con identidad, compromiso social y ambiental, que transforma las tradiciones, en oportunidades de desarrollo económico y cultural para las comunidades locales.



Imagen 2. Aprendiz Yulenny Borja Rentería.

Fuente: Yulenny Borja Rentería- Aprendiz Técnico en asesoría comercial.

Desarrollo del Proyecto Productivo.

Para iniciar con el proyecto productivo, se parte de la definición de los objetivos del plan de negocios, cuyo propósito es establecer una hoja de ruta estratégica que contribuya a la estructuración y ejecución de la idea propuesta por la aprendiz.

Es importante resaltar que los diseños y prendas desarrollados por Natural Coulture buscan fomentar el empleo formal en el municipio de Bagadó, contribuyendo al fortalecimiento del

trabajo artesanal de las mujeres de esta región. De acuerdo con información referenciada por la Universidad de Manizales, la tasa de desempleo en el municipio de Bagadó, en el año 2024 fue del 15,9%. Porcentaje que se busca reducir con la propuesta.

En este sentido, uno de los objetivos principales del emprendimiento es que las prendas sean elaboradas por artesanas de Bagadó, mientras que su comercialización se llevará a cabo en Medellín, ciudad en la que actualmente reside la aprendiz.

De igual forma, el emprendimiento tiene como objetivo aprovechar el potencial del mercado afrodescendiente radicado en la ciudad de Medellín, de acuerdo con la Institución Universitaria de Envigado (2023) se estima que representa entre un 9% a 10% de la población total de Medellín, para este año se estimó un valor de 2.8 millones. Se busca promover especialmente, en mujeres que se identifican con propuestas de moda étnica, cultural y con sentido de pertenencia, convirtiéndolas en clientas potenciales de la marca.

Como punto de partida para la elaboración del plan de negocios, se toman como base las competencias del programa de formación de formación de

la aprendiz en Asesoría Comercial. Por ello, se inicia con un estudio de mercado con el fin de identificar las tendencias actuales, las necesidades de los consumidores y sus preferencias de compra. Este análisis permitió adaptar la oferta de productos al mercado objetivo del emprendimiento.

Para fortalecer este plan estratégico, fue necesario realizar un análisis de tiendas potencialmente competidoras, lo que incluyó una segmentación del mercado con el propósito de identificar y enfocarse en un nicho específico dentro del sector de la moda. Esto facilita la personalización de la oferta y contribuye a una mayor satisfacción del cliente. Para este ejercicio de segmentación se analizaron variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales, siendo esta última la de mayor impacto en la estrategia comunicacional.

En la segmentación conductual, el nicho de mercado se caracteriza por motivaciones de compra vinculadas a causas sociales y al diseño exclusivo y artesanal. Son consumidores con alta lealtad hacia la marca y su misión, que valoran la sostenibilidad como un criterio clave de decisión. Su frecuencia de compra está asociada a inversiones

conscientes, eventos especiales o detalles con valor turístico, buscando siempre productos que combinen estética, autenticidad y responsabilidad social.

En la planeación empresarial se contempla el desarrollo de productos y colecciones atractivas y pertinentes para el mercado objetivo, con un enfoque que evoque la riqueza cultural del Pacífico colombiano. Se busca ofrecer una variedad de diseños para diferentes ocasiones, resaltando al mismo tiempo la labor artesanal de las mujeres del territorio. Asimismo, será fundamental implementar una estrategia de marketing y comunicación efectiva que permita posicionar la marca, dar a conocer los productos y generar reconocimiento y valor en el mercado. Este plan de marketing se fundamentará en un estudio de mercados, tomando como referencia las variables del Mix de Marketing (4P's).

Como segunda parte del plan de negocios definido por la aprendiz, se encuentra la planeación estratégica, enfocada en los factores que garantizan el cumplimiento de los objetivos propuestos. Uno de estos factores clave es la planificación de la producción, la

cual desempeña un papel fundamental en el establecimiento de relaciones sólidas con proveedores confiables, permitiendo asegurar un suministro constante de materiales de alta calidad. Dicha planificación contempla además el aprovechamiento sostenible de materias primas, como el algodón desechado por los productores, el cual puede ser reutilizado en la confección de las prendas de la marca. Para garantizar el acceso a este insumo, se implementarán estrategias como acuerdos colaborativos con asociaciones de productores de algodón, el establecimiento de incentivos económicos por la entrega del material descartado y la creación de alianzas con entidades que promuevan prácticas de economía circular.

Estas acciones no solo permitirán asegurar el abastecimiento sostenible de materias primas, sino que también contribuirán al fortalecimiento de la trazabilidad de los insumos, aportando valor al proceso productivo y consolidando el compromiso de la marca con la sostenibilidad, la innovación social y el desarrollo local.

El análisis de producción contempla una proyección mensual de hasta 300 camisetas, ajustable en función de la disponibilidad de materias primas, la demanda del mercado y la capacidad operativa del equipo de trabajo. Esta proyección busca mantener un equilibrio entre la sostenibilidad del proceso, la calidad artesanal de las prendas y la capacidad de respuesta frente a las necesidades del público objetivo. Una vez definido el plan de producción, se establece la estimación de la mano de obra requerida para el desarrollo del proyecto. Esta contempla la contratación de dos confeccionistas calificadas con una contratación bajo todos los requerimientos de ley y quienes serán responsables de preservar el carácter artesanal y el impacto social y ambiental que define la esencia de la marca.

Asimismo, se prevé la vinculación activa de artesanas locales en la elaboración de las prendas, por producción, cuya participación será clave para incorporar técnicas tradicionales, enriquecer los procesos de diseño y otorgar un valor simbólico y cultural a cada pieza. Esta

estrategia no solo contribuye a la preservación de saberes ancestrales, sino que también promueve el desarrollo económico y social de las comunidades asociadas al proyecto, generando impactos positivos a nivel territorial.

Imagen 3. La imagen representa uno de los modelos de Natural Coulture.



Fuente: Plan de negocios y de mercadeo Natural Coulture (2024).

Una vez definido el plan de producción, se estableció el posicionamiento deseado para la marca en la mente de los consumidores. Este posicionamiento busca diferenciar a Natural Coulture de la competencia, destacando sus valores de sostenibilidad, identidad cultural y moda consciente.

Dentro de los objetivos estratégicos de promoción y comunicación se contempla:

- Aumentar la presencia en redes sociales en un 50% durante los próximos tres meses.
- Participar en eventos clave de moda y emprendimientos que promuevan cámaras de comercio, alcaldía y gobernación, lo que permitirá visibilizar la marca y conectar con nuevos públicos.

Dado que el mercado de la moda es altamente dinámico y sujeto a constantes transformaciones, es fundamental mantenerse actualizado frente a las tendencias y adaptarse con agilidad. Para ello, se plantea establecer alianzas con diseñadores o marcas complementarias, a fin de ampliar el público objetivo, generar colaboraciones exclusivas y fortalecer el reconocimiento de marca.

Como parte de la estrategia comunicacional, se ha diseñado una experiencia coherente con la filosofía de Natural Coulture, desde las prendas hasta su presentación, diseños inspirados en la cultura del Pacífico

colombiano, con posibles apliques o accesorios elaborados artesanalmente con materiales como el cabecinegro y la damagua, propios de la región.

El diseño del empaque igualmente va de la mano de lo que busca este emprendimiento, un empaque sostenible, elaborado en cartón reciclado y papel kraft, que incluye una caja plegable de fácil apertura. Este empaque permite que el cliente acceda al producto sin dañarlo, dentro del empaque de la prenda se adiciona una tarjeta de agradecimiento en papel reciclado, que no solo agradece la compra, sino que ofrece recomendaciones para el cuidado de la prenda y refuerza el compromiso con la moda sostenible. Etiquetas informativas; cada prenda contará con una etiqueta que describa sus características, y en la parte posterior se incluirán las palabras clave: reducir, reutilizar y reciclar.

Imagen 4. La imagen representa el diseño de la etiqueta de las prendas.

Fuente: Plan de negocios y de mercadeo Natural Coulture (2024).

**reducir
reutilizar
reciclar**



Cada una de estas estrategias está orientada a fortalecer el vínculo entre el consumidor, la marca y su misionalidad. Se trata de acciones que buscan visibilizar y valorar el saber ancestral de las artesanas, al tiempo que promueven una reflexión crítica en

torno a los hábitos de consumo. En este sentido, se invita al cliente a asumir una postura consciente y responsable frente a la industria de la moda, entendiendo que sus decisiones de compra pueden contribuir significativamente a la transformación de un modelo basado en la moda desechable hacia uno más ético, sostenible y con sentido cultural.

Plan de Mercado.

Natural Coulture es una marca de moda sostenible dedicada a la producción de camisetas para hombre y mujer, elaboradas con algodón orgánico y diseños inspirados en la identidad cultural del Pacífico colombiano. Su objetivo es fusionar estilo, confort y conciencia ambiental, promoviendo paralelamente el trabajo artesanal de mujeres del municipio de Bagadó (Chocó) y respondiendo a las expectativas de consumidores conscientes en la ciudad de Medellín.

Producto.

La propuesta de valor se fundamenta en prendas de alta calidad, elaboradas con 100% algodón orgánico, disponibles en cortes variados y colores vibrantes, accesorios y apliques en las prendas elaboradas de fibras autóctonas como la

damagua y el cabecinegro, el cual permite tener mucha versatilidad en las prendas y accesorios. Se prioriza la comodidad del usuario, el diseño moderno y el respeto por el medio ambiente, integrando elementos artesanales y culturales que otorgan la autenticidad de cada prenda.

Plaza (Distribución).

La estrategia de distribución se centrará inicialmente en la ciudad de Medellín, a través de dos canales principales:

- **Tienda física**, ubicada en un punto estratégico que facilite la visibilidad de la marca y la captación de clientes.
- **Canal digital**, mediante una tienda en línea con interfaz amigable, acompañada de estrategias de posicionamiento en redes sociales y motores de búsqueda.

A nivel operativo, se contemplan acciones clave como gestión de inventarios, atención al cliente y logística de despachos, buscando garantizar una experiencia de compra eficiente y satisfactoria.

Precio.

Se implementará una política de precios dinámica, sujeta a ajustes periódicos conforme a los costos de producción, los precios del mercado y el margen de rentabilidad esperado. Esta estrategia permitirá mantener la competitividad sin comprometer la calidad ni la sostenibilidad de los productos.

Promoción.

Imagen 5. La imagen representa el diseño del logo.



Fuente: Plan de negocios y de mercadeo Natural Coulture (2024).

La estrategia de comunicación contempla un enfoque integral orientado a fortalecer la imagen de marca y posicionarla dentro del segmento de moda sostenible. Las acciones previstas incluyen:

- Desarrollo de identidad visual (logo, branding, diseño web y empaques).
- Publicidad mediante material POP, muestras y participación en ferias, exposiciones y eventos del sector.
- Marketing digital enfocado en redes sociales, email marketing y campañas publicitarias pagadas.
- Acciones de fidelización, como promociones estacionales y eventos especiales.
- Capacitaciones y asesorías en sostenibilidad dirigidas tanto al equipo interno como a los aliados estratégicos.

Estrategias Complementarias.

Además del enfoque de mercadeo principal, se incorporan estrategias complementarias orientadas a fortalecer la marca y garantizar su sostenibilidad a largo plazo:

- **Análisis de competencia:** identificar las fortalezas y debilidades de otras marcas del sector para establecer ventajas competitivas claras.
- **Definición del cliente objetivo:** jóvenes y adultos con conciencia ambiental, interés por la moda ética y sensibilidad hacia el consumo responsable.
- **Seguimiento de tendencias:** actualización continua del portafolio en función de las tendencias del mercado, sin perder la esencia cultural que caracteriza a la marca.
- **Producción planificada:** se proyecta una producción mensual de 300 camisetas, utilizando algodón orgánico y residuos textiles, en alianza con proveedores comprometidos con la sostenibilidad.
- **Mano de obra con enfoque social:** Se contratará legalmente a confeccionistas y artesanas, reconociendo el valor del saber ancestral y garantizando condiciones laborales dignas.

Imagen 5. La imagen representa el diseño del logo.



Fuente: Plan de negocios y de mercadeo Natural Coulture (2024).

Una vez definidos elementos claves como el plan de marketing y el plan estratégico orientados al cumplimiento de los objetivos y del alcance planteado en el plan de negocios, resulta fundamental contar con el financiamiento necesario. Disponer de los recursos requeridos permite poner en marcha la propuesta y garantizar los procesos que aporten a la cadena de valor.

En el marco del estudio de viabilidad financiera, se establece el requerimiento de recursos financieros, así como el análisis detallado de los costos de producción, tanto mensuales como anuales, incluyendo el costo unitario de

producción y el precio de venta, considerando el margen de ganancia esperado.

Con esta información, se determina si el proyecto requiere financiamiento externo, lo cual permite proyectar el flujo de caja. El flujo de caja proyectado tiene como propósito estimar los ingresos, egresos y utilidades del proyecto a lo largo del tiempo, determinar su viabilidad financiera e identificar el periodo de recuperación de la inversión inicial y evaluar la sostenibilidad económica del negocio.

Finalmente, una vez se cotejan los ingresos y egresos en el flujo de caja proyectado, se evalúa la viabilidad del proyecto. Con una producción estimada de 300 camisetas mensuales y una inversión inicial de \$15.831.080, se obtiene como resultado la proyección financiera a cinco años. Estos datos se derivan del desarrollo del plan de negocios formulado por la aprendiz, y son los siguientes:

Imagen 5. La imagen representa el diseño del logo.

Costo de Capital	20%
Valor actual de la inversión (VA)	\$61.665.332
Valor presente neto (VPN)	\$45.834.252
Tasa interna de retorno (TIR)	69%
Valor presente neto de los Ingresos	\$364.722.069
Valor presente neto de los Egresos	\$282.369.605
Costos - Inversión inicial	\$298.200.685
Relación beneficio costo	122%

Fuente: Elaborado por la aprendiz Yulenny Borja Rentería (2024).

El análisis financiero del proyecto revela resultados positivos que permiten determinar que es un proyecto viable financieramente y que tendrá rentabilidad en el mediano y largo plazo. A partir de un costo de capital del 20%, se obtiene un Valor Presente Neto de \$45.834.252, lo cual indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que además genera un valor adicional en términos actualizados. Este resultado es reforzado por la Tasa Interna de Retorno, la cual alcanza un 69%, lo que sugiere que el rendimiento esperado del proyecto supera el mínimo requerido por los inversionistas.

El Valor Presente Neto de los ingresos proyectados es de \$364.722.069, mientras que el de los egresos es de \$282.369.605, evidenciando una diferencia positiva que respalda que hay sostenibilidad de los egresos Vs ingresos. Por otro lado, la inversión inicial estimada se sitúa en \$298.200.685, lo cual implica que los recursos asignados permitirán desarrollar las fases operativas del proyecto con una base sólida de capital.

Finalmente, la relación beneficio-costos es de 1,22, lo que significa que por cada peso invertido se obtienen \$1,22 en beneficios, confirmando que los ingresos superan a los costos en una proporción eficiente. Este conjunto de indicadores permite concluir que el proyecto es rentable, sostenible y atractivo para los inversionistas, siempre que se mantengan las condiciones previstas en las proyecciones planteadas por la aprendiz.

Enfoques y Retos de Natural Coulture

El enfoque social se centra en la producción artesanal en Bagadó, donde se valora profundamente el oficio manual, el uso de fibras autóctonas y el aprovechamiento del trabajo agrícola, especialmente en la producción y reutilización del algodón. Esta labor resulta esencial para la conservación de la población local, ya que promueve un desarrollo cultural, social y comercial sostenible. Según el repositorio Proyecto “Fortalecimiento del Sector Artesanal en la zona Litoral del Centro y Norte del Departamento del Chocó”(Artesanías de

Colombia y Universidad Nacional, 2008), las fibras con valor artesanal poseen gran importancia ancestral y son trabajadas tanto por comunidades afrodescendientes como indígenas. No obstante, el arte y el aprovechamiento de estas fibras han recibido un bajo reconocimiento económico, lo que evidencia la necesidad de fortalecer estas comunidades, que además han sufrido desplazamientos forzados y otras consecuencias del conflicto armado.

En este escenario, cientos de mujeres artesanas continúan elaborando tejidos y manualidades con dedicación, aunque con poco apoyo institucional para visibilizar y preservar su tradición. De este modo, el arte con fibras naturales no solo mantiene viva la herencia cultural del Chocó, sino que también se constituye en una alternativa de sustento digna y sostenible para numerosas familias de la región.

Natural Coulture se posiciona como una propuesta que integra creatividad, conciencia ambiental y compromiso social. Esta marca no busca simplemente satisfacer necesidades inmediatas, muchas veces inducidas por estrategias comerciales, sino generar una reflexión

profunda sobre el sentido del vestir, el uso de los recursos y la forma en que nos relacionamos con los objetos que consumimos. En lugar de seguir las lógicas de lo obsoleto que ya viene siendo programada por las grandes industrias promovida por tecnología y marketing, apuesta por la valorización del diseño como arte, por el respeto al proceso de creación y por la construcción de un vínculo duradero entre el consumidor y su prenda.



Retos.

Este emprendimiento enfrenta el desafío de convertirse en un puente entre la tradición y la moda, incentivando y promocionando el arte de Bagadó-Chocó, el cual pueda mantenerse como un legado vivo que se expresa a través de cada prenda. Este compromiso no puede solo limitarse a la elaboración de productos, sino a que se promueva y se mantenga la cultura afrodescendiente, transmitiendo historias, saberes y valores culturales que han sido preservados durante generaciones.

Uno de los retos más importantes se presenta en la valoración y reconocimiento del trabajo de las artesanas. No se trata solo de resaltar fibras tradicionales como la damagua o el cabecinegro, sino también de impulsar el aprovechamiento del algodón recuperado como una materia prima con alto potencial. Su producción y el aprovechamiento de este recurso tienen el potencial de constituirse en una fuente de ingresos y estabilidad para campesinos y comunidades

indígenas, permitiéndoles vincularse a un modelo productivo con enfoque inclusivo y sostenible.

Asimismo, Natural Coulture busca incentivar la conciencia en los consumidores sobre la importancia del consumo responsable en la moda. Cada prenda no solo debe ser un objeto estético, sino también un mensaje que invite a reflexionar sobre el origen de los materiales, las manos que los trabajan y el impacto que genera su producción. El gran desafío es mantener un equilibrio: crecer como emprendimiento conectando la cultura y el arte con el conocimiento de la asesoría comercial a fin de ampliar su alcance y fortalecer su presencia en el mercado, sin perder de vista la esencia que lo inspira. La meta no es únicamente vestir, sino promover el arte, los orígenes colombianos y la moda consciente como una forma de resistencia cultural y desarrollo comunitario.



Conclusiones.

El desarrollo del plan de negocios realizado por la aprendiz Yulenny Borja Rentería, *Natural Coulture* demuestra que sí es posible pensar en un emprendimiento de moda que sea sostenible y que además genere una rentabilidad económica mientras contribuye al mismo tiempo al fortalecimiento cultural y social de comunidades rurales, en este caso tomando como pilar su lugar de origen Bagadó, Chocó. Esta propuesta integra un modelo de economía circular, basado en el aprovechamiento del algodón recuperado y fibras autóctonas como la damagua y el cabecinegro, garantizando la preservación de saberes ancestrales y la reducción del impacto ambiental de la industria textil a través del aprovechamiento de residuos por la misma.

La viabilidad financiera proyectada, con indicadores positivos como un Valor Presente Neto favorable, una Tasa Interna de Retorno del 69% y una relación beneficio–costo de 1,22, confirma que el emprendimiento es sostenible en el mediano y largo plazo,

siempre que se mantenga el enfoque en calidad, diferenciación cultural y compromiso ambiental.

El análisis de mercado y la segmentación realizada evidencian que existe un nicho de consumidores que están dispuestos a invertir en productos con identidad, elaborados de forma artesanal y bajo criterios de responsabilidad social y ambiental. Este factor representa una oportunidad estratégica para posicionar la marca en el sector de la moda consciente, tanto a nivel nacional como con proyección internacional.

Natural Coulture es un emprendimiento pensado en ser un puente entre la tradición e innovación, que sea capaz de promover el arte y la cultura afrodescendiente a través de prendas que cuentan historias y transmiten valores. El reto principal para el emprendimiento será mantener la esencia artesanal y la misión social mientras se expande su presencia en el mercado, asegurando que cada producto siga siendo un símbolo de sostenibilidad, identidad y transformación social.

Referencias Bibliográficas.

Artesanías de Colombia. (2017). Fortalecimiento del sector artesanal en la zona litoral del centro y norte del departamento del Chocó (INST-D 2017.42). <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4103/1/INST-D%202017.%2042.pdf>

Artesanías de Colombia & Universidad Nacional de Colombia. (2008). Fortalecimiento del sector artesanal en la zona litoral del centro y norte del departamento del Chocó. Bogotá, Colombia.

Iglesias Martínez, A. G. (2023). Industria de la moda y sostenibilidad: Una reflexión crítica [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/69143/TFG%20-%20Martinez%20Iglesias%2C%20Ana%20Guadalupe.pdf>

International Science Council. (s. f.). The environmental impact of cotton production. <https://es.council.science/blog/the-environmental-impact-of-cotton-production/>

Agronegocios. (2024, octubre 1). El uso de fibras naturales para que la moda se convierta en una industria sostenible. Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/clima/la-sostenibilidad-de-la-moda-en-el-uso-de-fibras-naturales-3966022>

Artesanías de Colombia. (2012). Diagnóstico del sector artesanal en comunidades afrodescendientes del Chocó (INST-D 2012.14). <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3928/1/INST-D%202012.%2014.pdf>

Artesanías de Colombia. (s. f.). Damagua. https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/damagua_187

Artesanías de Colombia. (2004). Catálogo de fibras vegetales para uso artesanal (INST-D 2004.17). <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/2531/1/INST-D%202004.%2017.pdf>

Pérez, M., & Gómez, J. (2011). Caracterización de la población afrodescendiente en Medellín. *Revista Colombiana de Sociología*, 34(2), 120–145. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=669779974004>

Audaces. (s. f.). *Moda circular*. <https://audaces.com/es/blog/moda-circular>

Borja, R. (2024) Plan de negocios y de mercadeo Natural Coulture.

Radio Nacional de Colombia. (2024, junio 5). Artesanías de Colombia: Artesanías con damagua y el cabecinegro en Chocó. <https://www.radionacional.co/cultura/tradiciones/artesantias-colombia-artesantias-con-damagua-y-el-cabecinegro-en-choco>

Recovo. (s. f.). *Qué es la moda circular*. <https://recovo.co/es/blog/article/que-es-la-moda-circular>

SENA. (2024). *Revista e-Innova, número especial* 526. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/e-innova/issue/view/596/526>

Parlamento Europeo. (2020, diciembre 8). El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente. Parlamento Europeo. <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>