La Casa Ancestral del Pacífico: tradición, inclusión social y digitalización para el desarrollo sostenible

Autor: **José Alonso Caballero Márquez**
jacaballerom@sena.edu.co
Instructor de Proyecto Productivo

Resumen

El presente artículo surge del proyecto productivo denominado La Casa Ancestral del Pacífico, una iniciativa de emprendimiento cultural y tecnológico orientada a rescatar, preservar y comercializar los saberes y sabores del Pacífico colombiano, con un marcado componente de inclusión social y vinculación de poblaciones afrocolombianas. A través del desarrollo de un plan de negocio estructurado en cuatro componentes (estudio de mercados, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero), se analiza la viabilidad de una empresa híbrida que combina la producción artesanal de bebidas ancestrales (viche, arrechón, tumbacatre, crema de viche, viche curao y tomaseca) con una plataforma digital de pedidos y gestión. Los resultados evidencian que el mercado de bebidas tradicionales presenta tendencias de crecimiento sostenidas y que el modelo de negocio genera empleo digno para poblaciones históricamente excluidas, jóvenes en busca de primer empleo, madres cabeza de hogar y portadores de saberes tradicionales, articulándose de manera directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 1, 5, 8, 10, 11 y 12 de la Agenda 2030. El componente financiero, con base en los indicadores empleados, confirma que el proyecto es viable en el corto y mediano plazo, evidenciando que la rentabilidad económica y el impacto social pueden ser dimensiones complementarias de un mismo emprendimiento.

Palabras clave: emprendimiento cultural; bebidas ancestrales; inclusión social; comunidades afrocolombianas; Objetivos de Desarrollo Sostenible; empleabilidad.

Abstract

This article stems from a productive project called La Casa Ancestral del Pacífico (The Ancestral House of the Pacific), a cultural and technological entrepreneurship initiative aimed at rescuing, preserving, and commercializing the knowledge and flavors of the Colombian Pacific region, with a strong component of social inclusion and engagement of Afro-Colombian populations. Through a business plan structured in four components (market study, technical study, organizational study, and financial study), the viability of a hybrid enterprise that combines artisanal production of ancestral beverages (viche, arrechón, tumbacatre, crema de viche, viche curao, and tomaseca) with a digital ordering and management platform is analyzed. Results show that the traditional beverages market exhibits sustained growth trends and that the business model generates decent employment for historically excluded populations (young first-time job seekers, female heads of household, and bearers of traditional knowledge), directly aligned with Sustainable Development Goals (SDGs) 1, 5, 8, 10, 11, and 12 of the 2030 Agenda. Based on the financial indicators employed, the financial component confirms that the project is viable in the short and medium term, showing that economic profitability and social impact can be complementary dimensions of the same enterprise.

Key words: cultural entrepreneurship; ancestral beverages; social inclusion; Afro-Colombian communities; Sustainable Development Goals; employability.

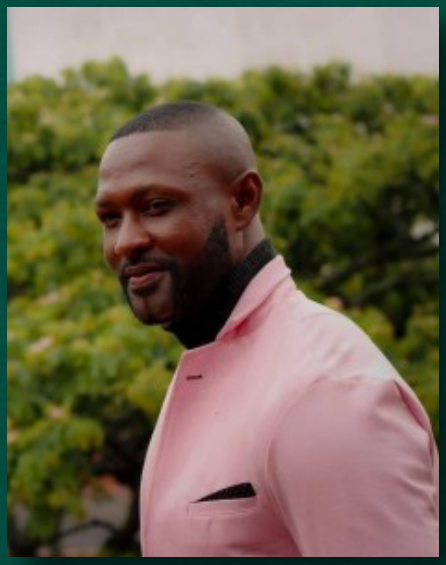
Introducción

En las últimas décadas, la gastronomía y las bebidas tradicionales han emergido como vectores estratégicos del desarrollo cultural y económico en América Latina. Colombia, con su excepcional biodiversidad y su riqueza pluriétnica, alberga en el Pacífico una tradición de saberes ancestrales relacionados con bebidas como el viche, el arrechón, la tomaseca y el tumbacatre, cuya elaboración y consumo representan una expresión viva de la identidad afrocolombiana. Sin embargo, estos saberes enfrentan una amenaza progresiva derivada de la escasa formalización, la limitada visibilidad en mercados urbanos y la ausencia de canales de distribución modernos que conecten a los productores con los consumidores (Ministerio de Cultura, 2021).

Esta problemática cultural se entrelaza con una realidad socioeconómica que no puede ignorarse: las comunidades afrocolombianas del litoral Pacífico presentan históricamente los indicadores más críticos de pobreza multidimensional, informalidad laboral y exclusión del sistema productivo formal del país (DANE, 2022). En este escenario, el emprendimiento con base cultural no constituye únicamente una estrategia comercial, sino un mecanismo de inclusión social, generación de empleo digno y reivindicación de los saberes de poblaciones tradicionalmente marginadas de las dinámicas económicas nacionales (OIT, 2019; Quiñones & Torres, 2020).

En este contexto surge La Casa Ancestral del Pacífico, un emprendimiento cultural, gastronómico y tecnológico que busca rescatar y posicionar en el mercado local y nacional los productos y prácticas culinarias del Pacífico colombiano, generando simultáneamente oportunidades de empleo y desarrollo para las comunidades portadoras de estos saberes. El proyecto, liderado por Mauricio Angulo Torres, aprendiz del programa Tecnólogo en Análisis y Desarrollo de Software del Centro de Servicios Financieros del SENA, articula de manera innovadora los saberes técnicos adquiridos durante la formación con los conocimientos ancestrales heredados de su entorno familiar, particularmente a través de su participación en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez (Angulo Torres, 2025).

Figura 1.
Aprendiz Mauricio Angulo Torres.



Fuente: Proporcionada por el aprendiz Angulo Torres.

El Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, que se celebra anualmente en la ciudad de Cali desde 1997, constituye el principal escenario de visibilización de las culturas afrodescendientes del país. Además de la programación musical, el certamen integra muestras de cocina tradicional, artesanías y bebidas autóctonas, espacio en el cual el viche, el arrechón, el tumbacatre y la tomaseca han ganado reconocimiento público y valoración comercial. La participación del aprendiz y de su núcleo familiar en este escenario, como herederos de la tradición vichera del Pacífico, constituye el antecedente directo del proyecto productivo que aquí se analiza (Angulo Torres, 2025).

El presente artículo tiene como propósito reflexionar sobre el proceso de formulación y validación de este plan de negocio e indagar

Patrimonio cultural y bebidas ancestrales del Pacífico colombiano

La reflexión parte de reconocer que el viche y sus derivados constituyen uno de los patrimonios culturales más significativos de las comunidades afrocolombianas del litoral Pacífico. Elaborados a partir de la destilación artesanal de la caña de azúcar y enriquecidos con hierbas medicinales y frutos locales, estas bebidas son portadoras de significados rituales, medicinales y festivos que trascienden su dimensión meramente comercial (Arocha, 2019).

Estudios etnográficos han documentado que el consumo del viche está profundamente vinculado con celebraciones familiares, rituales curativos y eventos comunitarios, lo que lo convierte en un marcador identitario de primer orden para la población afrocolombiana (Ministerio de Cultura, 2021).

En años recientes, la formalización de estas bebidas ha ganado impulso gracias a la Ley 2158 de 2021, conocida como Ley del Viche, que reconoce su elaboración, preparación y tradición como parte del patrimonio cultural de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras del Pacífico colombiano (Ley 2158 de 2021; Ministerio de Cultura, 2021).

A juicio de los autores, este reconocimiento legal resulta doblemente significativo. Por un lado, abre la puerta a la regulación sanitaria y al ingreso de estos productos a mercados formales; por otro, protege la titularidad económica de los saberes a favor de las comunidades portadoras y evita su apropiación por parte de actores industriales ajenos al territorio, en lo que puede leerse como un ejercicio de justicia cultural y económica sin precedentes en la legislación colombiana (Ley 2158 de 2021).

Ahora bien, el reconocimiento jurídico del patrimonio no resuelve por sí solo las condiciones materiales de las comunidades que lo sostienen. La inclusión social, entendida como el proceso de mejora de las condiciones de

La población afrocolombiana, que según las cifras censales representa cerca del 9,3% del total nacional, presenta una incidencia de pobreza multidimensional significativamente superior al promedio del país, con brechas particularmente marcadas en las regiones del litoral Pacífico (DANE, 2022).

En materia de empleabilidad, la literatura señala que las barreras de acceso al trabajo formal para las poblaciones afrodescendientes se explican por factores estructurales como la concentración territorial en zonas de baja densidad empresarial, los menores niveles de escolaridad promedio, la discriminación en los procesos de selección y la informalidad predominante en sus economías locales (Viáfara & Urrea, 2006).

Frente a este panorama, el emprendimiento de base cultural emerge como una vía alternativa de generación de ingresos que capitaliza precisamente aquello que las comunidades poseen en abundancia: sus saberes, sus tradiciones y su identidad.

Autores como Quiñones y Torres (2020) documentan que los emprendimientos culturales afrocolombianos no solo generan empleo directo, sino que producen efectos multiplicadores sobre las cadenas de valor locales (proveedores de materias primas, portadoras de saberes, artesanos del empaque) y fortalecen el tejido social comunitario.

La empleabilidad inclusiva, por su parte, implica el diseño deliberado de estructuras organizacionales que prioricen la vinculación de poblaciones en condición de vulnerabilidad: jóvenes sin experiencia laboral previa, mujeres cabeza de hogar, adultos mayores portadores de conocimientos tradicionales y personas provenientes de territorios marginados.

Este enfoque, promovido por la Organización Internacional del Trabajo bajo el concepto de trabajo decente, exige que la generación de empleo se acompañe de formalización contractual, protección social y oportunidades de desarrollo de capacidades (OIT, 2019).

En un plano más amplio, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, adoptada por los Estados miembros de las Naciones Unidas en 2015, establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que articulan las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo (Naciones Unidas, 2015).

Los emprendimientos culturales con enfoque comunitario, como el que aquí se analiza, presentan una capacidad singular de contribuir simultáneamente a varios de estos objetivos, en la medida en que combinan generación de ingresos, preservación del patrimonio, inclusión de poblaciones vulnerables y adopción de prácticas ambientalmente responsables.

En particular, la literatura sobre economía naranja y desarrollo sostenible (Buitrago & Duque, 2013; UNESCO, 2021) identifica que las industrias culturales y creativas aportan de manera directa al ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), al ODS 10 (reducción de las desigualdades) y al ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles, cuya meta 11.4 llama explícitamente a proteger y salvaguardar el patrimonio cultural).

Asimismo, cuando estos emprendimientos incorporan criterios de producción limpia y economía circular, se vinculan con el ODS 12 (producción y consumo responsables); cuando priorizan la vinculación laboral de mujeres, con el ODS 5 (igualdad de género); y cuando generan ingresos en comunidades en condición de pobreza, con el ODS 1 (fin de la pobreza).



A estas dimensiones culturales y sociales se suma la digitalización como palanca de comercialización y difusión del patrimonio.

El concepto de economía naranja, definido por Buitrago y Duque (2013) como el conjunto de actividades que transforman la creatividad y el patrimonio cultural en bienes y servicios con valor económico, ha ganado relevancia en las políticas de desarrollo colombianas. La digitalización de los procesos de producción, distribución y comercialización de bienes culturales aparece como una estrategia clave para ampliar el alcance de los emprendedores culturales, especialmente de aquellos que operan en contextos de recursos limitados (DANE, 2022).

Investigaciones sobre emprendimiento tecnológico en comunidades rurales y afrodescendientes señalan que la adopción de plataformas digitales no solo incrementa la capacidad comercial de los productores, sino que también fortalece su identidad cultural al crear nuevos canales de difusión del patrimonio y reduce las brechas de acceso al mercado que históricamente han excluido a estas poblaciones (Quiñones & Torres, 2020).

En este sentido, el desarrollo de sistemas de pedidos en línea y aplicaciones móviles para la comercialización de productos tradicionales representa una oportunidad de innovación con alto impacto social e incluyente.

El proyecto productivo como punto de partida de la reflexión

La reflexión que aquí se desarrolla parte del proyecto productivo formulado por el aprendiz Mauricio Angulo Torres en el marco de la alternativa de proyecto productivo bajo enfoque empresarial del SENA (Angulo Torres, 2025). Su formulación comprende cuatro componentes articulados, cada uno orientado a valorar la viabilidad del proyecto desde una dimensión específica, complementados con un análisis transversal del impacto social y de la articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

campo con una muestra de 100 encuestas en la ciudad de Cali, complementadas con entrevistas presenciales a productores y consumidores de bebidas ancestrales, incluyendo portadores de saberes tradicionales de las comunidades afrocolombianas (Angulo Torres, 2025).

El estudio técnico describe los productos mínimos viables, las fichas técnicas de las bebidas, el proceso de producción artesanal (desde la maceración hasta el embotellado), los requerimientos de localización, maquinaria, materias primas y talento humano, así como los costos de producción y las estrategias de aprovisionamiento con proveedores comunitarios (Angulo Torres, 2025).

El estudio organizacional y legal define la estructura interna de la empresa (misión, visión, análisis DOFA, áreas funcionales, perfiles de cargo con criterios de vinculación inclusiva), los aspectos jurídicos relativos a la constitución societaria, el cumplimiento normativo sanitario, tributario, laboral y ambiental, así como la protección de la marca y los saberes ancestrales (Angulo Torres, 2025).

Finalmente, el estudio financiero proyecta los gastos preoperativos, la inversión en infraestructura y capital de trabajo, las fuentes de financiación, los estados de resultados y de situación financiera, y los principales indicadores de viabilidad económica, con proyecciones a un horizonte de cinco años. De manera transversal, se realizó un mapeo de la contribución del proyecto a los ODS de la Agenda 2030, identificando las metas específicas con las cuales se relaciona cada componente del modelo de negocio (Angulo Torres, 2025).



Resultados

Estudio de mercados:

El análisis sectorial ubica el proyecto en la intersección de tres códigos CIIU: la elaboración de bebidas fermentadas no destiladas (1102), el expendio a la mesa de comidas preparadas (5610) y el comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados (4722). El sector gastronómico y cultural colombiano ha experimentado un crecimiento constante impulsado por el turismo cultural, con eventos como el Festival Petronio Álvarez como catalizadores de la valorización de bebidas tradicionales. Para el período 2025—2027, se proyecta un aumento anual del 8% en la demanda de bebidas artesanales, sostenido por la expansión de la economía naranja y el turismo gastronómico (Angulo Torres, 2025).

El estudio de campo reveló que el 70% de los encuestados conoce el viche y sus derivados, aunque solo el 45% lo consume regularmente, limitado principalmente por la escasa disponibilidad en canales formales de distribución. El 60% de los participantes expresó disposición a pagar entre $25.000 y $50.000 por una botella artesanal de 375 ml cuando el producto ofrece autenticidad y una presentación adecuada. El 80% de los encuestados asocia estas bebidas con celebraciones, rituales y prácticas culturales, lo que ratifica su valor simbólico e identitario más allá de la dimensión comercial (Angulo Torres, 2025).

El mercado potencial en Cali se estima en 500.000 personas con interés en bebidas tradicionales. La meta de participación inicial es del 1% en el primer año, equivalente a 5.000 consumidores y entre 400 y 500 botellas mensuales. El mercado objetivo principal comprende consumidores locales y turistas de Cali, segmentados en tres perfiles: el turista cultural dispuesto a pagar un premium por la autenticidad, el consumidor local joven interesado en presentaciones modernas, y el cliente institucional (restaurantes, bares y hoteles) que desea incorporar bebidas ancestrales en su portafolio.

Las estrategias de mercadeo se articulan en torno a cinco ejes: distribución a través de ventas directas, domicilios y plataforma digital; fijación de precio con un margen del 40% sobre el costo, comenzando en $25.000 por botella de 375 ml; promoción mediante degustaciones en ferias y campañas digitales con storytelling cultural; comunicación digital en Instagram, TikTok y Facebook centrada en la identidad del Pacífico; y servicio personalizado vía WhatsApp y aplicación móvil con programa de fidelización.

Estudio técnico

El producto mínimo viable consiste en un lote inicial de 100 botellas de 375 ml de las principales bebidas del portafolio (arrechón, viche y tomaseca), con etiqueta cultural de identidad afrocolombiana y envase de vidrio reciclable. El proceso de producción consta de ocho etapas secuenciales: compra de insumos, maceración de hierbas, fermentación (cinco días), filtrado, embotellado, etiquetado, almacenamiento y distribución. El ciclo completo por lote tiene una duración estimada de siete días (Angulo Torres, 2025; véase la Figura 2).

Figura 2. Producto mínimo viable.



Fuente: Archivo fotográfico del proyecto productivo (Angulo Torres, 2025).

La localización del proyecto se establece en la zona Oriente de Cali, Valle del Cauca, territorio con alta concentración de población afrodescendiente proveniente del litoral Pacífico, con acceso a los principales eventos culturales de la región y cercanía con proveedores comunitarios de materias primas. Se requiere una bodega de 50 m² en arriendo, junto con la maquinaria básica del proceso artesanal: tanques de fermentación, embotelladora manual y etiquetadora semiautomática.

La estructura de costos unitarios de producción fue determinada considerando las materias primas, los insumos de empaque, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. A partir de esta estructura y del precio de venta definido en la estrategia comercial, el margen bruto unitario proyectado resulta favorable y competitivo dentro del mercado de bebidas artesanales. La producción inicial se fija en 500 botellas mensuales, con una meta de 6.000 botellas anuales.

La estrategia de aprovisionamiento prioriza acuerdos con asociaciones locales de productores de hierbas medicinales y caña de azúcar nativa, integradas mayoritariamente por recolectores, portadoras de tradición y asociaciones rurales afrodescendientes. Estos convenios garantizan trazabilidad cultural, precios estables, comercio justo y responsabilidad social con las comunidades del Pacífico, extendiendo el impacto inclusivo del proyecto a lo largo de toda la cadena de valor. El abastecimiento se programa mensualmente, en sincronía con los tiempos naturales de fermentación y maceración (véase la Figura 3).

Figura 3. Asociaciones beneficiarias del PMV.



Fuente: Archivo fotográfico del proyecto productivo (Angulo Torres, 2025).

Estudio organizacional

La empresa se estructurará como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) con cinco áreas funcionales: Administración, Producción, Mercadeo y Ventas, Tecnología y Sistemas, y Finanzas y Contabilidad. La misión institucional define el compromiso con la preservación y difusión de la riqueza cultural y gastronómica del Pacífico colombiano, garantizando productos auténticos elaborados artesanalmente bajo principios de comercio justo, empoderamiento de los productores locales y sostenibilidad ambiental. La visión proyecta a La Casa Ancestral como plataforma líder en la comercialización de productos del Pacífico a nivel nacional e internacional, y como motor de desarrollo sostenible para las comunidades, dentro de un horizonte de cinco años (Angulo Torres, 2025).

El análisis DOFA identifica como fortalezas principales la identidad cultural única, el uso de tecnología digital y el vínculo directo con comunidades productoras y portadoras de saberes, ventaja competitiva difícil de replicar por marcas comerciales sin arraigo comunitario.

Las oportunidades más relevantes son el creciente interés en productos artesanales, la expansión del comercio electrónico y la formalización del viche como patrimonio cultural reconocido legalmente. Entre las debilidades se destacan el limitado capital inicial y la baja capacidad productiva inicial, mientras que las principales amenazas son los complejos requisitos legales del INVIMA y la competencia de bebidas industriales de mayor escala.

Los cargos clave incluyen al Gerente General, el Maestro Ancestral de Bebidas (figura que institucionaliza dentro de la estructura organizacional el rol del portador de saberes tradicionales, dignificando y remunerando formalmente el conocimiento ancestral), el Auxiliar de Producción, el responsable de Marketing Digital y el Soporte Tecnológico. El costeo del talento humano fue proyectado incluyendo la totalidad de las prestaciones sociales de ley, garantizando vinculación formal con seguridad social plena para todos los colaboradores.
Desde la perspectiva legal, los trámites de constitución contemplan el registro ante la Cámara de Comercio, la obtención del registro sanitario INVIMA para bebidas artesanales, la inscripción en el RUT, el registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio, y el cumplimiento de las normativas ambientales y laborales vigentes, cuyos costos asociados fueron incorporados dentro de los gastos preoperativos del proyecto.

Estudio financiero

El estudio financiero consolidó la información proveniente de los componentes de mercado, técnico y organizacional para estimar los requerimientos de inversión inicial del proyecto, los cuales comprenden gastos preoperativos, infraestructura, maquinaria y capital de trabajo. La estructura de financiación proyectada combina aportes de los socios con recursos de crédito, contemplando adicionalmente fuentes complementarias como microcréditos productivos, convocatorias de emprendimiento cultural y programas institucionales de apoyo, entre ellos el Fondo Emprender del SENA (Angulo Torres, 2025).

Las proyecciones de ingresos se construyeron a partir de las metas de ventas definidas en el estudio de mercado y de la capacidad de producción establecida en el estudio técnico, contrastándolas con los costos de ventas y los gastos operativos de personal, administración y mercadeo. Los resultados proyectados evidencian un período inicial de ajuste, propio de la fase de introducción al mercado, seguido de una transición hacia utilidades netas positivas y sostenidas en el corto plazo, comportamiento coherente con la curva de maduración típica de los emprendimientos del sector de bebidas artesanales.



El análisis del punto de equilibrio permitió establecer que este no depende de un único producto, sino que se distribuye entre las seis bebidas del portafolio de acuerdo con su rotación esperada, lo cual diversifica las fuentes de ingreso y reduce el riesgo comercial del negocio. De manera complementaria, la evaluación de los indicadores financieros empleados (liquidez, nivel de endeudamiento, rentabilidad neta y período de recuperación de la inversión) arroja resultados favorables en todos los casos, dentro de los rangos considerados saludables para empresas en etapa temprana del sector. En conjunto, el estudio permite concluir que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, con capacidad de sostenerse en el tiempo, atender sus obligaciones y generar excedentes para la reinversión y el crecimiento, según las proyecciones realizadas a un horizonte de cinco años. Los análisis detallados que soportan estas conclusiones hacen parte del plan de negocio del proyecto productivo y se reservan por consideraciones de confidencialidad comercial.

Metas sociales, empleabilidad inclusiva y vinculación de poblaciones afrocolombianas

Más allá de los indicadores económicos, el proyecto define metas sociales explícitas que constituyen parte integral, y no accesoria, de su modelo de negocio. En materia de generación de empleo, la estructura de vinculación inicial prioriza deliberadamente a poblaciones en condición de vulnerabilidad: dos jóvenes accederán a su primer empleo formal, rompiendo el círculo de exclusión que exige experiencia previa para trabajar; una madre cabeza de hogar será vinculada con contrato formal y protección social plena, contribuyendo a la autonomía económica femenina en un territorio donde la jefatura femenina de hogar coincide frecuentemente con la precariedad laboral; y un trabajador con experiencia en bebidas tradicionales, el Maestro Ancestral, verá formalizado y remunerado dignamente un conocimiento que históricamente ha circulado por fuera de los circuitos económicos formales (Angulo Torres, 2025).

La vinculación de las poblaciones afrocolombianas opera en tres niveles complementarios. En el nivel interno, la composición del equipo de trabajo refleja el origen comunitario del proyecto, cuyo fundador es heredero directo de la tradición vichera familiar.

En el nivel de la cadena de suministro, los acuerdos con asociaciones de recolectores y portadoras de tradición del Pacífico distribuyen el valor económico generado hacia los eslabones primarios, habitualmente los más desfavorecidos en las cadenas agroindustriales convencionales. En el nivel simbólico y cultural, la empresa se propone capacitar a jóvenes de la región en técnicas de producción artesanal, garantizando la transmisión intergeneracional de los saberes y evitando su extinción por falta de relevo generacional.

Este enfoque de empleabilidad inclusiva se alinea con los principios del trabajo decente promovidos por la OIT (2019) y con las prioridades del Plan Nacional de Desarrollo en materia de economía popular, emprendimiento cultural e inclusión laboral de poblaciones étnicas. Asimismo, se articula con las políticas regionales de fortalecimiento del turismo gastronómico del Valle del Cauca, en las cuales la identidad cultural afrocolombiana constituye un activo territorial estratégico.

Articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El mapeo de la contribución del proyecto a la Agenda 2030 permite identificar una relación directa con al menos seis Objetivos de Desarrollo Sostenible. Con respecto al ODS 1 (fin de la pobreza), el proyecto genera ingresos formales en comunidades con alta incidencia de pobreza multidimensional, tanto mediante el empleo directo como a través de la compra de

materias primas a asociaciones comunitarias del Pacífico (Angulo Torres, 2025).

En relación con el ODS 5 (igualdad de género), la vinculación prioritaria de una madre cabeza de hogar y el trabajo con portadoras de tradición (mujeres que históricamente han sido guardianas de las recetas y técnicas de elaboración de las bebidas ancestrales) reconocen y remuneran el papel central de la mujer afrocolombiana en la preservación de este patrimonio, contribuyendo a su empoderamiento económico (meta 5.a).

Frente al ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el proyecto genera empleo formal con seguridad social plena, promueve la formalización de una actividad tradicionalmente informal y aporta al crecimiento de la economía cultural y creativa, en coherencia con la meta 8.3 sobre el apoyo a las actividades productivas, el emprendimiento y la formalización de las microempresas, y con la meta 8.9 sobre la promoción del turismo sostenible que cree puestos de trabajo y valorice la cultura y los productos locales.

El ODS 10 (reducción de las desigualdades) se aborda mediante la inclusión económica de poblaciones afrodescendientes históricamente excluidas (meta 10.2, que llama a potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su raza u origen étnico), redistribuyendo el valor generado por el patrimonio cultural hacia sus legítimos portadores.

En cuanto al ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles), el proyecto contribuye de manera directa a la meta 11.4, que insta a redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo, en este caso mediante la preservación activa (productiva y no meramente museística) de los saberes vicheros del Pacífico colombiano.

Finalmente, respecto al ODS 12 (producción y consumo responsables), el modelo incorpora prácticas de economía circular: envases de vidrio retornable y reciclable, etiquetas biodegradables, aprovechamiento de residuos orgánicos como compost, uso eficiente de agua y energía en los procesos productivos, y priorización de proveedores locales que reducen la huella de carbono asociada al transporte de insumos.



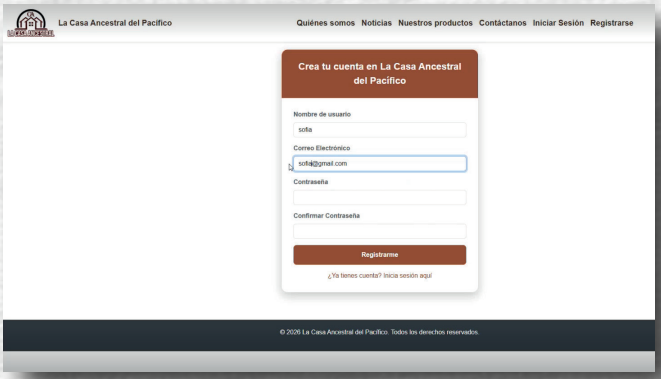


Análisis y discusión

Los resultados del estudio de campo confirman una brecha significativa entre el conocimiento y el consumo regular de bebidas ancestrales del Pacífico: el alto reconocimiento cultural (70%) contrasta con una tasa de consumo habitual relativamente baja (45%), explicada principalmente por la escasez de canales de distribución formal. Esta brecha representa precisamente el nicho que La Casa Ancestral busca ocupar mediante la combinación de un punto físico, alianzas con establecimientos gastronómicos y una plataforma digital de pedidos y domicilios.

La integración entre tradición cultural y tecnología digital constituye el eje diferenciador más potente del modelo de negocio. A diferencia de otros emprendimientos de bebidas artesanales que operan de manera informal o a través de redes sociales sin estructura sistematizada, el sistema Pedidos Casa Ancestral proporciona una experiencia de usuario organizada, segura y culturalmente enriquecida, que fortalece la confianza del consumidor y amplía el radio de acción comercial más allá del contexto festivo en que estas bebidas tradicionalmente se consumen (véase la Figura 4).

Figura 4. Interfaz del sistema digital Pedidos Casa Ancestral.



Fuente: Archivo del proyecto productivo (Angulo Torres, 2025).

Sin embargo, es en la dimensión social donde el proyecto revela su mayor singularidad. El análisis evidencia que la inclusión no opera aquí como un discurso complementario de responsabilidad social, sino como un componente estructural del modelo: la autenticidad del producto, principal ventaja competitiva identificada en el estudio de mercado, depende directamente del vínculo con las comunidades portadoras de saberes, de modo que la vinculación de poblaciones afrocolombianas es simultáneamente un fin social y una condición de viabilidad comercial. Esta convergencia entre impacto e interés, teorizada en la literatura sobre valor compartido y negocios inclusivos, encuentra en este caso una materialización concreta: sin las portadoras de tradición no hay recetas auténticas; sin los recolectores comunitarios no hay trazabilidad cultural; sin el Maestro Ancestral no hay producto diferenciado.

La articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por su parte, trasciende el ejercicio declarativo frecuente en los planes de negocio y se sustenta en metas verificables: número de empleos formales generados para poblaciones vulnerables, volumen de compras a asociaciones comunitarias, porcentaje de mujeres vinculadas, indicadores de economía circular en la operación.

Esta trazabilidad del impacto posiciona al proyecto favorablemente frente a fuentes de financiación con criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), convocatorias de emprendimiento cultural y programas públicos de fortalecimiento de la economía popular, ampliando su abanico de opciones de capitalización más allá del crédito bancario convencional.

La pertinencia con el programa de formación es igualmente destacable. El desarrollo del sistema digital requiere análisis de requerimientos, diseño de bases de datos (MySQL), programación back-end (PHP) y front-end (JavaScript), desarrollo móvil (Kotlin) y metodologías ágiles de gestión de proyectos (SCRUM), lo que convierte al proyecto en un escenario de aprendizaje situado, donde las competencias técnicas del tecnólogo se despliegan en función de un problema real con impacto social concreto. En este sentido, el caso ilustra cómo la formación tecnológica del SENA puede convertirse en vehículo de movilidad social y desarrollo territorial cuando se articula con los saberes y necesidades de las comunidades de origen de los aprendices.

Desde la perspectiva financiera, los resultados de los indicadores empleados confirman la viabilidad del proyecto en plazos coherentes con las condiciones del mercado artesanal colombiano, si bien la fase inicial de operación supone un desafío de liquidez que deberá gestionarse mediante microcréditos productivos y el apoyo de programas institucionales como el Fondo Emprender del SENA o líneas de financiamiento de Bancoldex, varias de las cuales contemplan condiciones preferenciales para emprendimientos con componente social y cultural como el aquí descrito.

Conclusiones

El proyecto productivo La Casa Ancestral del Pacífico demuestra que es posible construir un modelo de negocio viable y diferenciado a partir de la articulación entre patrimonio cultural ancestral, inclusión social, formación técnica y transformación digital. Los cuatro estudios desarrollados (mercados, técnico, organizacional y financiero) confirman la viabilidad del emprendimiento en el corto y mediano plazo, con indicadores financieros que en su conjunto arrojan resultados favorables y apuntan a una rentabilidad sostenible en el tiempo.

En materia de inclusión social, el proyecto evidencia que la vinculación de poblaciones afrocolombianas y de grupos en condición de vulnerabilidad (jóvenes en busca de primer empleo, madres

cabeza de hogar, portadores de saberes tradicionales) no constituye un costo adicional del modelo de negocio, sino su principal fuente de autenticidad y ventaja competitiva. La formalización laboral con protección social plena, los acuerdos de comercio justo con asociaciones comunitarias y la transmisión intergeneracional de los saberes configuran un esquema de empleabilidad inclusiva coherente con los principios del trabajo decente.

La articulación verificable del proyecto con los ODS 1, 5, 8, 10, 11 y 12 de la Agenda 2030 lo posiciona como un caso representativo del potencial de la economía cultural y creativa para contribuir simultáneamente al desarrollo económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental, y le abre oportunidades de acceso a fuentes de financiación y programas de fortalecimiento orientados a emprendimientos de impacto.

El análisis de mercado evidencia una demanda creciente y una disposición de pago favorable en el segmento objetivo, validando tanto el precio como el posicionamiento cultural del producto. El componente técnico establece procesos artesanales estandarizados que garantizan la autenticidad y consistencia de las bebidas, mientras que la plataforma digital proyectada amplía el alcance comercial del emprendimiento y reduce las barreras de acceso al mercado que históricamente han excluido a los productores tradicionales.

Este proyecto confirma, finalmente, el valor de la alternativa de Proyecto Productivo como escenario de aprendizaje situado en el SENA, donde la formación técnica se pone al servicio de soluciones reales con impacto social, cultural y económico en los territorios de origen de los aprendices. La siguiente fase, es decir, la implementación del Producto Mínimo Viable y el lanzamiento del sistema digital de pedidos, representará el verdadero banco de prueba del modelo, y brindará insumos valiosos para su ajuste, escalamiento progresivo y medición sistemática de los impactos sociales y ambientales proyectados.

Referencias bibliográficas

Angulo Torres, M. (2025). La Casa Ancestral del Pacífico: plan de negocio para la producción y comercialización de bebidas ancestrales del Pacífico colombiano [Proyecto productivo, Tecnólogo en Análisis y Desarrollo de Software]. Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.

Arocha, J. (2019). Los afrocolombianos frente al Segundo Centenario de las Américas. En J. Arocha & N. de Friedemann (Eds.), Un siglo de investigación social: Antropología en Colombia. ETNOAMÉRICA.

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La economía naranja: una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita

Departamento Administrativo Nacional de Estadística — DANE. (2022). Población negra, afrocolombiana, raizal y palenquera: resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 y estadísticas sociodemográficas. DANE.

Ley 2158 de 2021. Por medio de la cual se reconoce la elaboración, preparación y tradición del viche, el arrechón, la tomaseca, el tumbacatre y sus derivados como parte del patrimonio cultural de las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras del Pacífico colombiano. Congreso de la República de Colombia.

Ministerio de Cultura de Colombia. (2021). El viche: Bebida ancestral del Pacífico colombiano. Documento de caracterización del patrimonio cultural inmaterial.

Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (A/RES/70/1). Asamblea General de las Naciones Unidas. https://sdgs.un.org/es/2030agenda

Naciones Unidas. (2016). Leaving no one behind: the imperative of inclusive development. Report on the World Social Situation 2016. Department of Economic and Social Affairs.

Organización Internacional del Trabajo — OIT. (2019). Trabajo decente y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. OIT. https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030

Quiñones, A., & Torres, R. (2020). Digitalización y emprendimiento cultural en comunidades afrodescendientes de Colombia: retos y oportunidades. Revista de Estudios Afrocolombianos, 12(2), 45—67.

Servicio Nacional de Aprendizaje — SENA. (2023). Lineamientos para la alternativa de proyecto productivo bajo enfoque empresarial. SENA Virtual.

UNESCO. (2021). Repensar las políticas para la creatividad: plantear la cultura como un bien público global. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Viáfara, C., & Urrea, F. (2006). Efectos de la raza y el género en el logro educativo y estatus socio-ocupacional para tres ciudades colombianas. Desarrollo y Sociedad, (58), 115—163.

