

**INFORME TRABAJO DE GRADO**  
**OPCIÓN PLAN DE EMPRENDIMIENTO – CICLO TECNÓLOGO**

**PLAN DE EMPRENDIMIENTO ACADEMIA VALARTE**

**Autor(es)**

**Valentina Ardila Villamil**

**Facultad de Artes**

**Tecnología en creación y producción de moda**

**Correo(s) electrónico(s):**

**Valentina.ardilavi@ecci.edu.co**

**UNIVERSIDAD ECCI**

**Julio, 2023**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos; por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

Por último, agradecer a la universidad que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para adquirir conocimientos.

En especial le agradezco a mi tutor de proyecto Jonhson Peña por su dedicación y paciencia, por su guía y todas sus correcciones, que me permitieron culminar a cabalidad mi proyecto de grado el cual fortalece mi futuro profesional.

## INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
ABSTRACT .....	8
INTRODUCCIÓN.....	10
I PROCESO DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.1. <i>Planteamiento del problema</i> .....	11
1.1.1. <i>Formulación del Problema</i> .....	11
1.2. <i>Justificación</i> .....	11
1.3. <i>Objetivos</i> .....	12
1.3.1. <i>Objetivo General</i> .....	12
1.3.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	12
1.4. <i>Antecedentes</i> .....	12
1.5. <i>Diseño metodológico</i> .....	13
1.5.1. <i>Hipótesis</i> .....	13
1.5.1.1. <i>Variables</i> .....	14
1.6. <i>Herramientas de comparación</i> .....	15
ENCUESTA.....	15
ENTREVISTA .....	20
1.7. <i>Análisis de resultados</i> .....	24
II CONCEPTO DE NEGOCIO.....	26
2.1. <i>Idea de negocio</i> .....	26
2.2. <i>Caracterización del Grupo objetivo</i> .....	27
2.3. <i>Ubicación del negocio</i> .....	28
2.4. <i>Impacto social ambiental</i> .....	30
2.5. <i>Factor diferenciador e innovador</i> .....	32
2.6. <i>Análisis FODA</i> .....	32
III ESTUDIO DE MERCADOS .....	35
3.1. <i>Análisis del sector</i> .....	35
3.2. <i>Análisis de la competencia</i> .....	37
3.3. <i>Modelo CANVAS</i> .....	39
IV PLAN DE MARKETING .....	43

4.1.	<i>Personas</i> .....	43
4.2.	<i>Producto</i> .....	44
4.3.	<i>Place</i> .....	46
4.4.	<i>Precio</i> .....	47
4.5.	<i>Promoción</i> .....	48
4.6.	<i>Procesos</i> .....	49
4.7.	<i>Posicionamiento</i> .....	51
V CREACIÓN DE IMAGEN DE MARCA .....		53
5.1.	<i>Nombre de la marca</i> .....	53
5.2.	<i>Eslogan</i> .....	53
5.3.	<i>Logo</i> .....	54
5.4.	<i>Pensum</i> .....	54
5.5.	<i>Políticas y valores organizacionales</i> .....	55
5.6.	<i>Misión</i> .....	56
5.7.	<i>Visión</i> .....	57
CONCLUSIONES .....		58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		59

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Fuente. Elaboración propia. Matriz DOFA Valarte .....	35
Tabla 2. Elaboración propia. Estrategias DO, DA, FO, FA Valarte.....	36
Tabla 3. Fuente Elaboración propia. Análisis de la competencia.....	37
Tabla 4. Fuente Elaboración propia. Modelo Canvas Valarte.....	39

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Elaboración Propia. Frecuencia de uso se servicios de modistería .....	15
Figura 2. Elaboración Propia. Cambio de conciencia en el uso de prendas.....	16
Figura 3. Elaboración Propia. Interés en formación .....	16
Figura 4. Elaboración Propia. Academias de formación en modistería conocidas.....	17
Figura 5. Elaboración Propia. Idea de servicio como práctica.....	17
Figura 6. Elaboración Propia. Generación de ingresos.....	18
Figura 7. Elaboración Propia. Trabajo desde casa.....	18
Figura 8. Elaboración Propia. Conocimientos básicos en manejo de máquinas.....	19
Figura 9. Elaboración Propia. Disponibilidad de tiempo.....	19
Figura 10. Elaboración Propia. Recursos para estudiar .....	20
Figura 11. Fuente. Google Maps .....	29
Figura 12. Fuente. Google Maps.....	30
Figura 13. Fuente. DANE. Proporción de la población que asistió a cursos de formación para el trabajo según rangos de edad.2022 .....	35
Figura 14. Fuente. Ministerio de Educación Nacional, Sistema Nacional de información de la educación superior SNIES, 2020 .....	35
Figura. 15. Fuente. SENA. Boletín Mesas sectoriales, diseño, confección y moda. (S.f.).....	36
Figura 16. Fuente. Salud Capital. Pirámide Poblacional Bogotá 2005-2035. 2023.....	36
Figura 17. Fuente. Elaboración propia. Organigrama Valarte.....	44
Figura 18. Fuente. Elaboración propia. Logo Valarte.....	54
Figura 19. Fuente. Elaboración propia. Pensum Valarte.....	54

## RESUMEN

El presente proyecto de grado tiene como objetivo principal la creación de una academia de formación de modistería y customización con enfoque emprendedor, que busca proporcionar a los estudiantes las habilidades necesarias para generar sus propios recursos a partir de este oficio.

La academia se enfocará en impartir conocimientos teóricos y prácticos basados en la responsabilidad social y ambiental que conllevan la aplicación de técnicas de modificación, transformación, reparación y customización de prendas de vestir debido a la falta de instituciones que apoyen la adquisición de este saber.

En la etapa inicial del proyecto, se fundamentará la misión, la visión, las políticas y valores organizacionales, a su vez se podrá ver reflejada una exhaustiva investigación de mercado que se desarrolló para evaluar la demanda y la viabilidad del negocio. Se analizarán el perfil del público objetivo, la competencia existente y los recursos necesarios para establecer la academia. Esta información será fundamental para definir la propuesta de valor de la academia y establecer un plan de negocio sólido.

Una vez establecidos los cimientos del proyecto, se procedió a diseñar el plan de estudios de la academia. Se seleccionaron cuidadosamente los temas y las técnicas a enseñar, asegurando incluir los aspectos fundamentales de la modistería y la customización, para los estudiantes que no tienen conocimientos previos, y cursos para aquellos que deseen profundizar. Además, se llevará a cabo la búsqueda y selección del personal docente altamente capacitado, que posea experiencia en la industria de la moda y la enseñanza de técnicas de modistería y customización.

Como todo emprendimiento requiere aterrizar las ideas, fue fundamental especificar la ubicación del negocio, realizar un análisis FODA, establecer estrategias (FO, FA, DO, DA), así como la construcción un modelo CANVAS en el cual se pueden visualizar los socios y las actividades claves a ejecutar, la estructura de coste y fuentes de ingreso.

Una vez establecido lo anterior, se creó un plan de marketing integral especificando los componentes 7p para promocionar y atraer a estudiantes potenciales, sin dejar de lado una creación de marca impactante para promover la recordación de la institución. Finalmente, se

exponen las conclusiones obtenidas por medio del desarrollo de este proyecto referenciando las fuentes de información.

Palabras Clave: Modistería, customización, textiles, sostenibilidad, formación, responsabilidad social, responsabilidad ambiental, emprendimiento, servicio al cliente, recursos.

## **ABSTRACT**

The main objective of this degree project is the creation of a dressmaking and customization training academy with an entrepreneurial approach, which seeks to provide students with the necessary skills to generate their own resources from this trade. The academy will focus on imparting theoretical and practical knowledge based on social and environmental responsibility that involves the application of techniques of modification, transformation, repair and customization of garments due to the lack of institutions that support the acquisition of this knowledge.

In the initial stage of the project, the mission, vision, policies and organizational values will be based, in turn an exhaustive market research that was developed to evaluate the demand and viability of the business will be reflected. The profile of the target audience, the existing competition and the resources needed to establish the academy will be analyzed. This information will be fundamental to define the value proposition of the academy and establish a solid business plan.

Once the foundations of the project were laid, the academy's curriculum was designed. The topics and techniques to be taught were carefully selected, ensuring to include the fundamentals of dressmaking and customization, for students who have no prior knowledge, and courses for those who wish to deepen. In addition, the search and selection of highly trained teaching staff, who have experience in the fashion industry and the teaching of dressmaking and customization techniques will be carried out.

As every venture requires landing ideas, it was essential to specify the location of the business, perform a SWOT analysis, establish strategies (FO, FA, DO, DA), as well as the



construction of a CANVAS model in which the partners and the key activities to be executed, the cost structure and sources of income can be visualized.

Once the above was established, a comprehensive marketing plan was created specifying the 7p components to promote and attract potential students, without neglecting an impactful brand creation to promote the remembrance of the institution. Finally, the conclusions obtained through the development of this project are exposed, referencing our sources of information.

Keywords: Dressmaking, customization, textiles, sustainability, training, social responsibility, environmental responsibility, entrepreneurship, customer service, resources.

## INTRODUCCIÓN

La presente idea de negocio tiene como propósito fundamental la creación de la academia de formación en customización de prendas Valarte, detallando a lo largo del documento los requerimientos para la constitución de una institución de este tipo que promueve la educación formal para este oficio, hoy día tan apartado de la industria de la moda. Valarte plantea desarrollar a través de su programa de formación una educación de fácil acceso para las personas que deseen adquirir conocimientos en modistería o que incluso ya conozcan de estas actividades, pero no tengan la certificación de su conocimiento, incentivando con esto no solo el aprendizaje sino también la responsabilidad social y ambiental.

El mundo de la moda se ha encargado de traer a colación proyectos con conciencia ambiental ya que es demasiado alto el nivel de producción de desechos que se deriva de esta industria, Valarte nace entonces con la misión de contribuir al cuidado del espacio ambiental por medio de una enseñanza basada en las segundas oportunidades para las prendas de vestir, formar personas con la vocación de arreglar, modificar y restaurar prendas que muy seguramente irán a la basura, permitiéndoles generar ingresos propios, forjando espíritus emprendedores que más allá de buscar un beneficio individual presten un servicio a su comunidad, edificando el comercio local con sus oficios.

El motivo que fundamenta y antecede este emprendimiento se puede resumir en la necesidad de su creadora Valentina Ardila, quien desde sus inicios como estudiante de diseño de modas se vio enfrentada a conseguir recursos propios que le permitieran apoyar sus estudios, es así como sus padres le enseñan este oficio que han desarrollado durante años para que lograra sustentar su carrera.

Sin embargo, la idea de negocio como tal, surge de la vocación de Valentina por transmitir ese conocimiento y sobre todo guiar a quienes ven en esta actividad una oportunidad de salir adelante pero que no encuentran los espacios para la formalización y certificación de este saber. Para la exposición de este proceso fue necesaria la ejecución de investigaciones que permitieran ubicar el mercado objetivo, desenvolver estrategias de acción sobre el análisis de la idea, enfocándose en los elementos requeridos a nivel económico, humano, de infraestructura, etc. Por supuesto organizar y detallar aspectos que una marca requiere para ser recordada y preferida fue uno de los aspectos determinantes para la ejecución del proyecto.

# I PROCESO DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. *Planteamiento del problema*

La falta de academias de formación especializadas en modistería a nivel Bogotá desde hace unos años ha afectado de alguna manera la cantidad de personas que se dedican a este arte debido a la carencia de oportunidades, generando así la necesidad de la creación de una institución de educación formal que incentive no solo a aprender de este oficio sino también a emprender contribuyendo así a la sociedad, a la economía y al ambiente, respaldando su conocimiento con un certificado de estudios.

### 1.1.1. *Formulación del Problema*

¿Las academias de formación en confección realmente tienen en cuenta la modistería como una rama de este arte, cumpliendo con el propósito de aportar no solo al desarrollo económico sino también al desarrollo social y ambiental ejecutando programas de formación teórico prácticos por medio de los cuales se incentive al estudiante a certificarse y emprender?

## 1.2. *Justificación*

Valarte surge como emprendimiento debido a la relevancia que su creadora le otorga a la formación en modistería, un arte algo apartado por la misma industria pero que merece un espacio no solo para aprenderlo sino también para compartirlo, de esta manera se logra un trabajo con propósito desde el cual se intercambian conocimientos con el fin de beneficiar a todos aquellos que conforman sus grupos de interés (comunidad, alumnos, proveedores, colaboradores, clientes, socios, etc.) enfocándose en difundir acciones que conlleven al desarrollo social, económico y ambiental, este último tan olvidado hoy día por la industria de la moda pero que reclama con urgencia atención.

Son demasiadas las personas interesadas en este oficio, pero contadas las academias de confección que contemplan la idea de generar un espacio para enseñar sobre modistería: el detalle, la paciencia, la creatividad y la gran herramienta en la que se convierte al aprenderla y trabajarla. Valarte se proyecta para ser una destacada academia de modistería y customización de prendas para servir no solo a quien quiere aprender sino también a la comunidad que requiere

de este oficio y al medio ambiente que se ha visto tan deteriorado por los desechos textiles de millones y millones de fábricas de esta industria.

### ***1.3.Objetivos***

#### ***1.3.1. Objetivo General***

Crear una destacada academia de modistería a nivel local, brindando un servicio educativo de alta calidad desde el cual se aporte al desarrollo social, económico y ambiental.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos***

- Liderar la apertura de espacios donde se compartan conocimientos sobre la modistería y la customización de prendas de vestir.
- Promover la conciencia ambiental por medio de la reutilización de prendas de vestir que son consideradas como desechos textiles.
- Fomentar el espíritu emprendedor para motivar a los estudiantes a generar sus propios ingresos.

### ***1.4.Antecedentes***

Academia VALARTE nace en agosto del 2022 a raíz de la vocación de su creadora Valentina Ardila por este arte y de la necesidad que experimentó unos años atrás al no encontrar un espacio en el que pudiera adquirir conocimientos sobre la modistería con el fin de obtener recursos que le permitieran financiar su formación como profesional.

Sus padres, dos personas dedicadas a este oficio desde hace más de 10 años incentivaron en ella ese arte que hoy considera como pasión, sin embargo y no solo hasta su curso de bachillerato logró identificar que la customización de prendas de vestir sería el camino ideal para obtener recursos propios, inscribirse a la universidad ECCI e iniciar el sueño de convertirse en una diseñadora de modas destacada.

Hoy día la fundadora de VALARTE visualiza la modistería como una herramienta potencial para convertirse en un emprendedor y a su vez aportar desde esta bonita labor a la customización con propósito social y ambiental de una forma innovadora.

## ***1.5.Diseño metodológico***

### ***1.5.1. Hipótesis***

¿Las academias de formación en confección realmente tienen en cuenta la modistería como una rama de este arte y cumplen con el propósito de aportar no solo al desarrollo económico sino también al desarrollo social y ambiental ejecutando programas de formación teórico prácticos por medio de los cuales se incentive al estudiante a emprender?

Las pocas academias existentes que desarrollan programas de formación en confección o en diseño, no tienen en cuenta la modistería como un arte del cual se tiene mucho por aprender, por tanto, no ofrecen cursos específicos y detallados en los cuales se pueda intercambiar conocimiento teórico práctico respecto a esta y mucho menos incentivan espacios los cuales permitan a los estudiantes adquirir experiencia mientras se forman.

Es así como esto conlleva a no contribuir al desarrollo ambiental por que la modistería es un arte que aporta desde la reutilización de prendas de vestir que son consideradas como desechos textiles.

Algunas academias ejercen sus labores para asegurar su lucro sin analizar los impactos que pueden generar con estas acciones.

La formación pensada como un intercambio de conocimientos teóricos y prácticos permite la proyección de programas educativos mediante los cuales se pueda difundir una conciencia integral respecto a los aportes desde los diferentes contextos que beneficien a estudiantes y clientes. La modistería es una de las ramas menos reconocidas dentro de la industria de la moda, sin embargo, resulta ser un oficio que se desarrolla en todos los estratos socioeconómicos, un servicio prestado que demandan la mayoría de las personas que habitan un espacio por no decir que todas.

La educación con propósito es la mejor herramienta que se le puede dar a un ser humano, una academia de formación que piense de esta manera podrá ejecutar niveles, cursos, materias, créditos como se le quiera llamar, que no sean simple relleno, sino que se enfoquen en dar recursos al estudiante para que sirva a la sociedad desde su formación.

Ahora bien, puntualmente se puede contribuir al ámbito económico en materia de desarrollo por el simple hecho de mover la economía prestando un servicio como academia, cobrando una retribución por este y a su vez forjando estudiantes que puedan aprender de manera practica que cobren por su trabajo a clientes que requieren del servicio. La compra de materias primas, el pago de los servicios, infraestructura, etc. se considera plenamente como transacciones de las cuales se lucran varias partes involucradas.

La contribución a el espacio social se ve reflejada al direccionar una educación con un fin, una misión, aportando al crecimiento personal y profesional de los estudiantes pensando a su vez en la prestación de un servicio que beneficie a las personas de la comunidad y el entorno.

Allí juega un papel fundamental el cuidado al medio ambiente, por eso las academias pueden contemplar la promoción de actividades dentro del programa que respalden el principio de cuidado a la naturaleza, intentando minimizar los impactos que genera la industria de la moda, en este caso visibilizando el arte de la modistería como un oficio que le permite a las prendas tener una segunda vida por medio de la confección el diseño y la innovación sin necesidad de desechar sin límites, más conocido como moda rápida.

### *1.5.1.1. Variables*

#### **1. Calidad en la formación**

El prestigio de la academia, la experiencia y habilidades de los instructores, la reputación y la variedad de los programas de estudio para la formación según el interés del estudiante.

#### **2. Oportunidad laboral y emprendimiento como enfoque**

Conexiones con la industria, forjar espíritus emprendedores al ofrecer prácticas como medio de aprendizaje.

#### **3. Infraestructura y recursos**

La calidad de infraestructura y recursos disponibles para los estudiantes, esto incluye toda la maquinaria actualizada y espacios adaptados para el desarrollo de cada curso y tiempos flexibles.

#### 4. Modistería como arte de recuperar

Infundir por medio de la enseñanza el arte de otorgar una segunda vida a las prendas que comúnmente son desechadas a través de la reparación, transformación y customización de estas.

##### 1.6. Herramientas de comparación

Con el presente estudio se pretende recolectar información del mercado objetivo a través de mínimo dos de las siguientes alternativas:

### ENCUESTA

La finalidad de hacer la siguiente encuesta es recopilar información relevante sobre las necesidades y preferencias de las personas interesadas en este tipo de servicio. Ayudando a tomar decisiones informadas y trabajar bajo la demanda del mercado para diseñar una propuesta educativa que logre brindar una experiencia de aprendizaje satisfactoria y eficiente en el campo de la modistería.

1. ¿Con frecuencia recurre a servicios de modistería?

17 respuestas

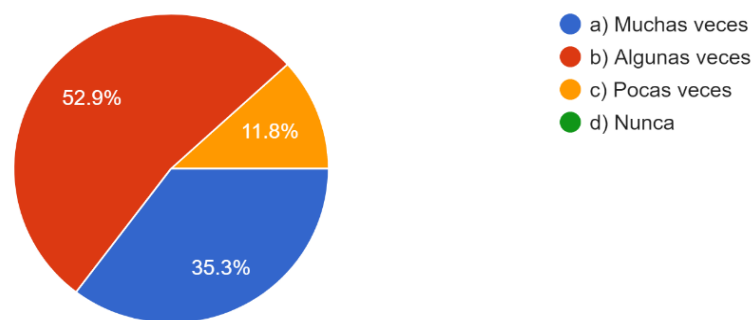
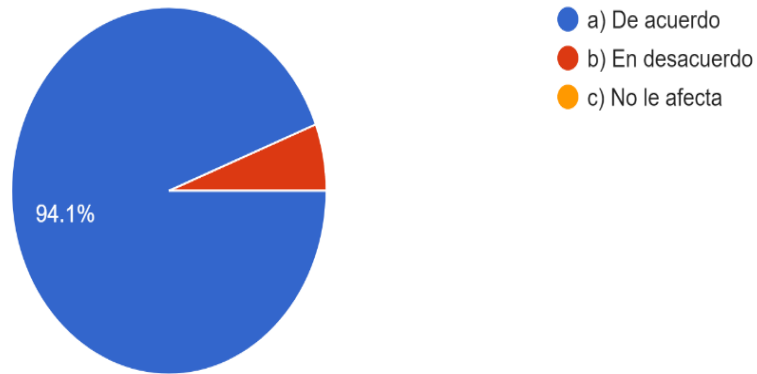


Figura 1. Elaboración Propia. Frecuencia de uso se servicios de modistería

2. ¿Considera usted que se debe generar un cambio de conciencia respecto al uso que se le da a las prendas que probablemente van a la basura?

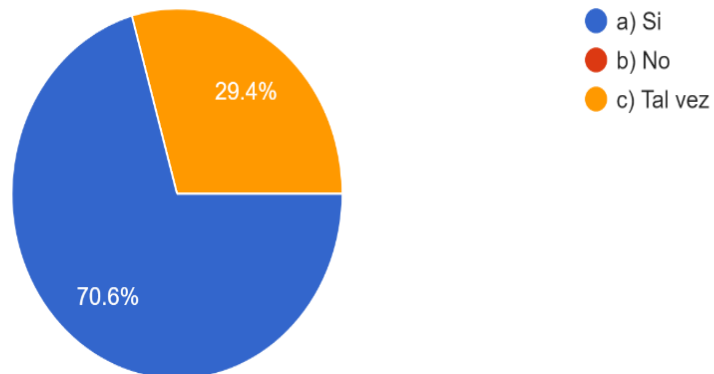
17 respuestas



*Figura 2. Elaboración Propia. Cambio de conciencia en el uso de prendas*

3. ¿Se interesaría por formarse en el arte de la modistería?

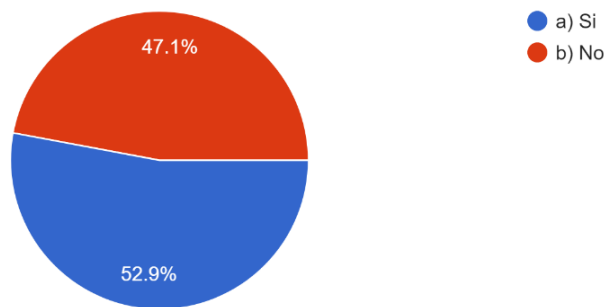
17 respuestas



*Figura 3. Elaboración Propia. Interés en formación*

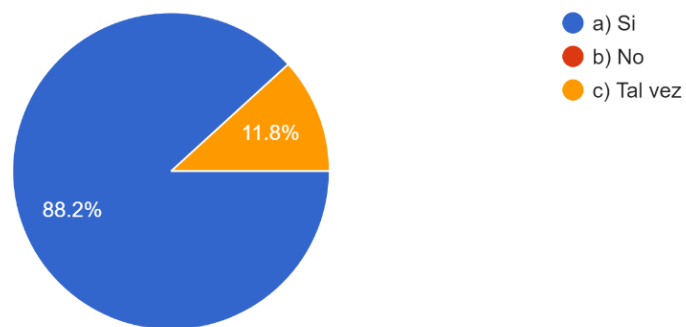


4. ¿Conoce academias de formación especializadas en ofrecer servicios de educación en este arte?  
17 respuestas



*Figura 4. Elaboración Propia. Academias de formación en modistería conocidas*

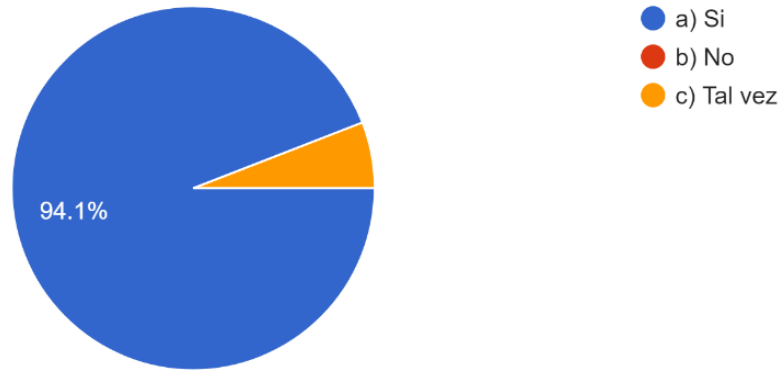
5. ¿Usted pagaría por un servicio de modistería que le haya prestado un estudiante en una academia especializada en este arte como parte de su práctica?  
17 respuestas



*Figura 5. Elaboración Propia. Idea de servicio como práctica*

6. ¿Le interesaría generar ingresos de manera independiente?

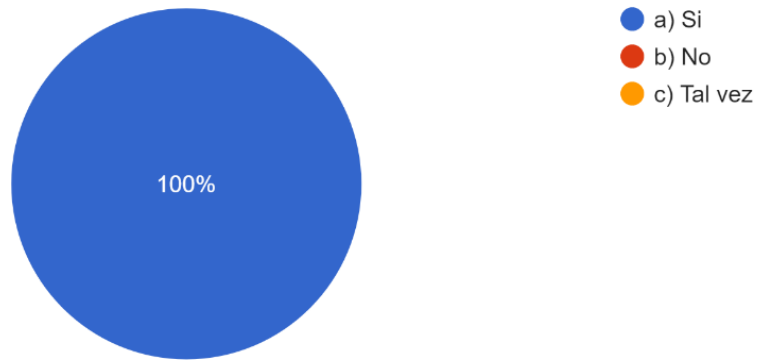
17 respuestas



*Figura 6. Elaboración Propia. Generación de ingresos*

7. ¿Le llama la atención trabajar desde casa y manejar su propio tiempo?

17 respuestas



*Figura 7. Elaboración Propia. Trabajo desde casa*

8. ¿Tiene conocimientos básicos en manejo de máquinas de confección?

17 respuestas

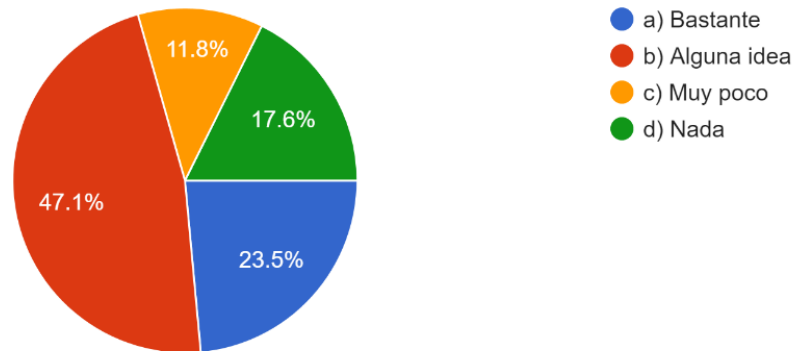


Figura 8. Elaboración Propia. Conocimientos básicos en manejo de máquinas

9. ¿Tendría usted disponibilidad de tiempo para asistir a clases de modistería, si es así en que jornada considera que podría asistir?

17 respuestas

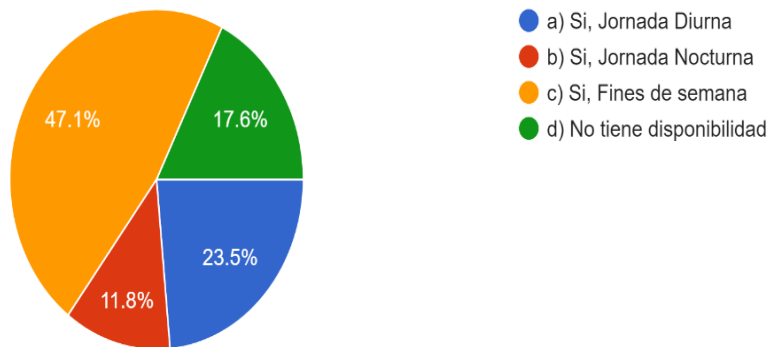
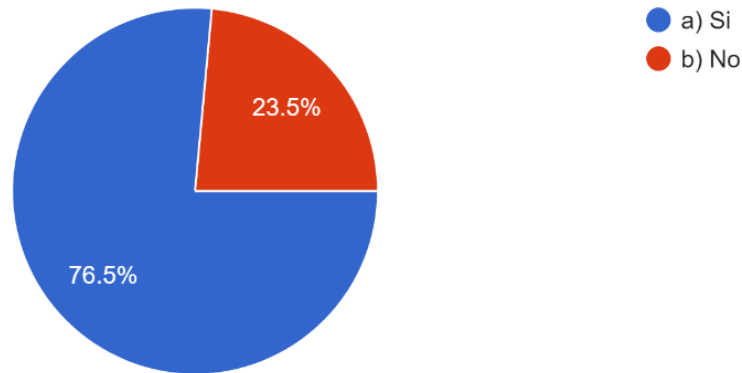


Figura 9. Elaboración Propia. Disponibilidad de tiempo

## 10. ¿ Dispone de recursos para estudiar?

17 respuestas



*Figura 10. Elaboración Propia. Recursos para estudiar*

## ENTREVISTA

La finalidad de hacer la siguiente entrevista es obtener información y conocimientos directamente de un profesional experimentado en el campo de la costura y los arreglos textiles, conociendo así las habilidades y técnicas necesarias para llevar a cabo trabajos de calidad en prendas de vestir, identificando los desafíos comunes y las mejores herramientas para gestionar un programa de estudios integral.

Entrevistador: ¡Hola! Gracias por tomarte el tiempo para esta entrevista. Me encantaría saber más sobre tu experiencia como trabajador de arreglos de ropa. ¿Podrías contarme cuántos años llevas haciendo este trabajo?

Trabajador: ¡Hola! Claro, con gusto. Llevo trabajando en el campo de los arreglos de ropa desde hace más de 20 años. Comencé como aprendiz en una pequeña sastrería local y, con el tiempo, he adquirido una amplia experiencia en la realización de todo tipo de arreglos y modificaciones en prendas de vestir.

Entrevistador: Eso es impresionante, ¡más de dos décadas de experiencia! Sin duda, debes haber visto y solucionado todo tipo de problemas con la ropa. ¿Cuáles dirías que son tus habilidades y fortalezas más destacadas en este campo?

Trabajador: Definitivamente, a lo largo de los años he desarrollado varias habilidades que considero fundamentales para este trabajo. La precisión y la atención al detalle son cualidades que valoro mucho. Trabajar en arreglos de ropa requiere paciencia y cuidado para asegurarse de que cada puntada esté en el lugar correcto y de que el resultado final sea impecable.

También considero que mi capacidad para adaptarme a diferentes tipos de prendas y materiales es una fortaleza. Cada prenda tiene sus propias características y desafíos particulares, por lo que es importante tener conocimientos sobre los diferentes tipos de telas y cómo manejarlas adecuadamente.

Por último, pero no menos importante, mi experiencia me ha enseñado a ser creativo a la hora de encontrar soluciones a problemas específicos. A veces, los clientes traen prendas que requieren arreglos complicados o modificaciones especiales, y disfruto buscando la mejor manera de satisfacer sus necesidades.

Entrevistador: Son habilidades y fortalezas muy valiosas, sin duda. Mencionaste que has trabajado en una pequeña sastrería local. ¿Podrías hablarme un poco más sobre tus experiencias anteriores y cómo han contribuido a tu crecimiento profesional?

Trabajador: Claro. Trabajar en una pequeña sastrería me ha brindado la oportunidad de aprender directamente de maestros experimentados. Desde el principio, tuve la suerte de trabajar junto a sastres y modistas altamente capacitados, quienes compartieron sus conocimientos conmigo.

Durante esos primeros años, me enfrenté a todo tipo de desafíos, desde simples ajustes hasta restauraciones completas de prendas antiguas. Cada día era una oportunidad para aprender algo nuevo y perfeccionar mis habilidades.

Con el tiempo, también adquirí habilidades gerenciales y de atención al cliente, ya que ocasionalmente tenía que lidiar con pedidos, presupuestos y garantizar la satisfacción de los clientes. Estas habilidades me han sido útiles para establecer relaciones sólidas con los clientes y para manejar eficientemente mi propio negocio de arreglos de ropa.

Entrevistador: Es maravilloso ver cómo tu experiencia y crecimiento han evolucionado a lo largo de los años. ¿Hablando de la manera de aprendizaje te hubiese gustado formarte en una institución formal que te permitiera obtener algún título o certificado?

Trabajador: Claro que sí, pero lamentablemente esta labor no es vista por la sociedad como una profesión y las personas que nos desempeñamos en este campo hemos aprendido a través de la experiencia, desdichadamente no todos tienen la oportunidad como yo de aprender de unos grandes maestros (sastres y modistas experimentados), algunos han tenido que aprender empíricamente por ello muchos no tienen en cuenta la calidad en su trabajo porque nadie les dijo o les explico la forma correcta de la manipulación de las prendas, y que cada una de ellas requiere de un detalle específico para prestar un servicio de calidad.

Entrevistador: Ya que mencionas a esos grandes maestros, ¿estarías dispuesta a capacitarte como docente y poder compartir tus conocimientos con aquellos que buscan una guía para emprender con el negocio de arreglos y customización?

Trabajador: Por su puesto me encantaría poder formar parte del aprendizaje de aquellas personas que se incentivan por ampliar sus conocimientos, por adquirir ese espíritu emprendedor que les permita generar sus ingresos y porque no especializarse.

Es bastante importante transmitir los conocimientos de este arte sobre todo a la juventud, porque no es un secreto que esta labor está ligada directamente a la edad, entre más edad tenga el modista más experiencia tiene, pero por que no cerrar un poco la brecha de edades mediante cursos o programas académicos que les permita a los jóvenes adquirir practica en menos tiempo,

pero esto solo se logra con un buen esquema académico que incluye tener instructores especializados y con una amplia experiencia.

Lo digo porque cuando yo inicié mi propio negocio no tuve una guía de emprendimiento y es algo fundamental porque puedes evitar cometer muchos errores en el camino.

Entrevistador: Ya que mencionas tu negocio ¿has considerado expandirte o diversificar tus servicios en el futuro, lo ves posible?

Trabajador: Definitivamente, siempre estoy buscando oportunidades para crecer y mejorar mi negocio. Actualmente, ofrezco servicios de arreglos y modificaciones para prendas de vestir, pero he considerado ampliar mi oferta a servicios de diseño personalizado.

Esto implicaría colaborar directamente con los clientes para crear prendas a medida según sus preferencias y necesidades. Creo que sería un emocionante desafío y una excelente manera de seguir desarrollando mis habilidades.

Además, también he pensado en ofrecer servicios de asesoramiento de moda, donde podría ayudar a los clientes a encontrar el estilo que más les favorezca y aconsejar sobre combinaciones de prendas. Esto permitiría una experiencia más completa y personalizada para aquellos que buscan no solo arreglos, sino también consejos de moda.

Entrevistador: Suena muy interesante y seguramente sería muy valorado por tus clientes. Por último, ¿qué es lo que más disfrutas de tu trabajo como arreglador de ropa?

Trabajador: Lo que más disfruto de mi trabajo es ver cómo una prenda de ropa puede transformarse completamente con solo unos pequeños ajustes. Poder devolverle la vida a una prenda que tal vez estaba olvidada en el armario de alguien o que tenía un problema que parecía irreparable, es realmente gratificante.

Además, la interacción con los clientes es algo que valoro mucho. Me encanta escuchar sus historias detrás de las prendas y poder ayudarlos a encontrar soluciones que se ajusten a sus necesidades específicas. La satisfacción de ver a un cliente feliz con el resultado final es realmente gratificante y me motiva a seguir mejorando cada día.

Entrevistador: Muchas gracias por compartir tu experiencia y perspectiva. Ha sido realmente enriquecedor conocer más sobre tu trabajo como arreglador de ropa y cómo has llegado a dónde estás hoy. Te deseo mucho éxito en tu negocio y en tus futuros proyectos.

Trabajador: Gracias a ti. Ha sido un placer compartir mi historia. Aprecio la oportunidad de hablar sobre mi pasión y espero poder seguir creciendo y brindando un servicio de calidad a mis clientes en el futuro.

### ***1.7. Análisis de resultados***

## **ENCUESTA**

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta se puede concluir que la muestra de la población encuestada algunas veces recurre a servicios de modistería en su gran mayoría, seguido de aquellas personas que recurren a estos mismos servicios con demasiada frecuencia, lo que permite argumentar la necesidad que se tiene de la habilitación de espacios en los que puedan acceder a la customización de prendas, con Valarte la idea es abrir este espacio y forjar espíritus emprendedores que al salir de sus clases puedan ofrecer estos mismos servicios en su comunidad.

Adicionalmente se identifica que el grupo encuestado contempla con bastante notoriedad la necesidad de un cambio de conciencia que contribuya al medio ambiente en cuanto a este tema y entorno refiere, es así como la idea de negocio planteada toma aún más fuerza con la propuesta de valor en este aspecto.

En continuidad todas las personas del grupo tienen en cuenta la posibilidad de formarse para obtener sus propios ingresos y manejar sus tiempos trabajando desde casa. Sin embargo,



más de la mitad de estas personas conocen algunas instituciones que forman personas en este oficio, lo que posiblemente significaría que como idea de negocio se deben fortalecer las estrategias de persuasión del cliente y promoción del servicio con el fin de no perder la posibilidad de que sea la academia Valarte la elegida para adquirir y certificar este conocimiento.

Respecto a los recursos con los que cuentan, englobando estos recursos en tiempo y conocimiento previo, se puede analizar que de alguna manera son más las personas que podrían acceder a esta formación, pero a su vez se distribuyen en los diferentes horarios propuestos y las categorías de saber previo que se tienen en cuenta en Valarte al momento de asignar las clases para cada uno de los estudiantes.

Puntualmente con la gráfica obtenida en la disponibilidad de recursos económicos se identifica que, así como una gran mayoría puede pagar esta formación, existe otra pequeña parte que no podría costear esta inversión, es así como se debería mirar la su desempeño con la idea de que se animen a iniciar su proceso.

## **ENTREVISTA**

En conclusión, esta entrevista ha dejado claro que crear una academia de modistería y customización especializada en la reparación de prendas sea una idea de negocio llamativa. A través de las respuestas y comentarios del trabajador entrevistado, se han identificado varios factores clave que respaldan esta conclusión:

1. Demanda y mercado: El trabajador entrevistado destacó la existencia de una alta demanda de servicios de arreglos de ropa. Esto se debe a la falta de profesionales especializados en el campo de la modistería.

2. Competencia limitada: Aunque existen algunas academias de modistería en Bogotá, no hay muchas opciones específicas para la formación enfocada en la modificación, transformación y reparación de prendas de vestir. Esto significa que, al abrir una academia de modistería y customización, se puede captar un mercado menos saturado y destacarse como líder en el sector.

3. Rentabilidad: La rentabilidad de la academia VALARTE es prometedora. Al ofrecer programas de formación completos a una módica suma, que se adapte al cliente objetivo, además de generar ingresos adicionales a través de los talleres prácticos.

4. Oportunidades de crecimiento: La entrevista reveló que el campo de los arreglos en general está en constante evolución y ofrece diversas oportunidades de crecimiento. Al mantenerse actualizada con las últimas tendencias y técnicas de arreglos, la academia puede adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado y ampliar su oferta de servicios.

5. Contribución social: Además de ser una idea de negocio rentable, una academia de modistería enfocada en los arreglos puede contribuir al desarrollo de habilidades y oportunidades de empleo para los estudiantes que estén interesados en este campo. Al brindar una formación de calidad, se estará impulsando el crecimiento profesional de los individuos y, a su vez, fortaleciendo la industria de los arreglos en el país.

En resumen, al basarse en los factores mencionados anteriormente, queda claro que la creación de una academia de modistería y customización con el enfoque de VALARTE es una excelente idea de negocio. La demanda existente, la competencia limitada, la rentabilidad, las oportunidades de crecimiento y la contribución social que conlleva hacen que esta iniciativa sea prometedora y tenga el potencial de tener un impacto positivo en la industria de los y en la sociedad en general.

## **II CONCEPTO DE NEGOCIO**

### ***2.1.Idea de negocio***

Como idea de negocio se plantea la creación de una destacada academia de modistería a nivel local, brindando un servicio educativo de alta calidad desde el cual se aporte al desarrollo social, económico y ambiental. Liderando la apertura de espacios donde se comparten conocimientos sobre la modistería y la customización de prendas de vestir.

Promoviendo a su vez la conciencia ambiental por medio de la reutilización de prendas de vestir que son consideradas como desechos textiles y fomentando el espíritu emprendedor para motivar a los estudiantes a generar sus propios ingresos.

## *2.2. Caracterización del Grupo objetivo*

Tenga en cuenta para este apartado:

- Sexo: Aplicable para todos
- Edad: A partir de los quince (15) años
- Ubicación: Bogotá – Chapinero
- Educación: Básica
- Poder adquisitivo: Promedio
- Clase social: Sin distinción
- Intereses: Confección, servicio al cliente, creación, diseño, emprendimiento.
- Intención de compra:
  1. Adquirir habilidades y conocimientos
  2. Oportunidades laborales
  3. Necesidad de soluciones personalizadas
  4. Aprendizaje práctico y experiencia práctica
  5. Interés por la sostenibilidad y prolongación de las prendas
- Estado civil: Sin distinción
- Valores, etc.
  1. Profesionalismo

2. Excelencia
3. Creatividad
4. Ética laboral
5. Trabajo en Equipo
6. Orientación al cliente
7. Aprendizaje continuo

### ***2.3.Ubicación del negocio***

#### ***OPCION 1***

Dirección aproximada: Cra. 19a & Av. C/ 63 Chapinero, Bogotá D.C

- <https://www.metrocuadrado.com/inmueble/arriendo-casa-bogota-baquero-5-habitaciones-5-banos-3-garajes/2361-52893>

Se escoge esta casa comercial en Chapinero Occidental Teusaquillo ubicada específicamente en la Muequeta, es un inmueble de 360 m<sup>2</sup> recién remodelado lo que indica que no se tendrían que realizar demasiadas adecuaciones o arreglos, cuenta con área para recepción, 7 baños, una cocina (cafetería), sala amplia, jardín interior y 5 habitaciones amplias con el espacio ideal para aulas de clase, todo esto distribuido en dos niveles. Es un sector bastante concurrido al haber instituciones educativas y zonas comerciales a sus alrededores.

Es importante tener en cuenta las vías de acceso para facilitar opciones de transporte a los instructores y alumnos, cerca pueden ubicarse sobre la Calle 63, la calle 72, la Avenida Caracas y también la Avenida NQS, Kr 24, adicionalmente el inmueble cuenta con 3 parqueaderos.

Se sabe que al momento de iniciar el proyecto se deben medir costos y gastos que se puedan sostener con la operación a largo plazo y por tal razón el valor del arriendo de esta casa parece apropiado (\$ 4.100.000).

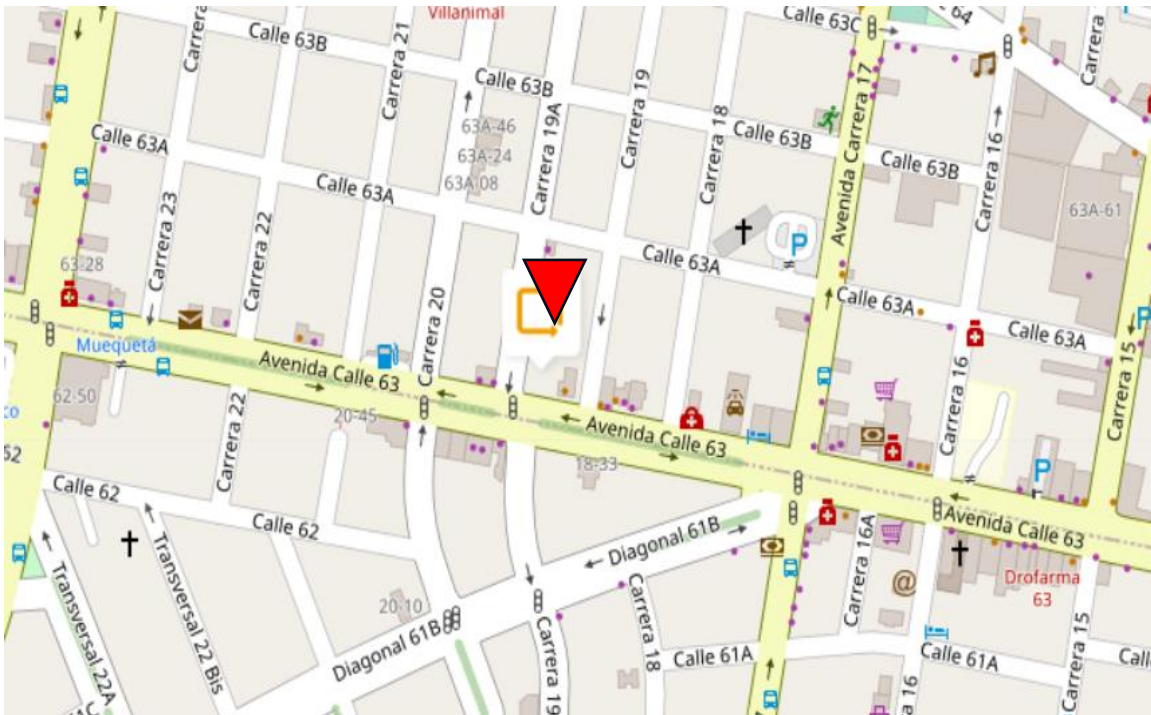


Figura 11. Fuente. Google Maps

## **OPCION 2**

Dirección aproximada: Tv. 27 #53c-20 Chapinero, Bogotá D.C

- <https://www.metrocuadrado.com/inmueble/arriendo-casa-bogota-san-luis-4-habitaciones-3-banos-4-garajes/10457-M3892934>

Se escoge esta casa comercial en Chapinero ubicada específicamente en Galerías, cuenta con 450m2 área construida, distribuida en 4 salones amplios, 3 baños y 5 parqueaderos, lo cual permite crear espacios apropiados para el montaje de los salones de clases y talleres.



contribuye a reducir la cantidad de residuos textiles que terminan en los vertederos y disminuye el impacto ambiental asociado con la producción y eliminación de nuevas prendas.

**2. Consumo consciente y sostenible:** Al enseñar a los estudiantes a reparar y personalizar prendas, se promueve un enfoque de consumo más consciente y sostenible. Los estudiantes aprenden a valorar la ropa que ya poseen y a aprovechar al máximo su utilidad. Esto puede influir en sus hábitos de compra futuros, fomentando la elección de prendas de mayor calidad y durabilidad en lugar de optar por opciones desechables de baja calidad.

**3. Empoderamiento y empleo local:** Al brindar capacitación en modistería y customización, la academia puede empoderar a las personas locales, brindándoles habilidades prácticas y oportunidades de empleo. Los graduados pueden establecer sus propios negocios de reparación de prendas, lo que contribuye al desarrollo económico de la comunidad y promueve el emprendimiento local.

**4. Preservación de la cultura y la tradición:** La modistería y la customización de prendas son prácticas artesanales que forman parte de la cultura y la tradición de muchas comunidades. Al fomentar la enseñanza de estas habilidades, se contribuye a su preservación y se promueve el valor de los oficios tradicionales. Esto es especialmente importante en contextos donde estas prácticas están disminuyendo debido a la industrialización y la globalización.

**5. Conciencia de la moda ética:** La academia puede promover la conciencia de la moda ética y responsable entre los estudiantes y la comunidad en general. Al enseñar sobre los impactos sociales y ambientales de la industria de la moda, se fomenta la adopción de prácticas más éticas y sostenibles en el ámbito de la moda. Los estudiantes pueden convertirse en agentes de cambio al difundir esta conciencia a través de sus propias prácticas y alentando a otros a tomar decisiones informadas sobre sus elecciones de moda.

En resumen, una academia de modistería y customización con enfoque en la reparación de prendas puede generar un impacto social y ambiental positivo al reducir los residuos textiles, promover el consumo consciente y sostenible, empoderar a las personas locales, preservar la cultura y la tradición, y fomentar la conciencia de la moda ética. Esta iniciativa contribuye tanto al cuidado del medio ambiente como al desarrollo social y económico de la comunidad.

### ***2.5. Factor diferenciador e innovador***

Como valor agregado VALARTE propone transmitir conocimiento a partir de la vocación forjando la idea de emprender con la convicción de que es una oportunidad de negocio rentable y amigable con el ambiente.

1. **Enfoque en la sostenibilidad:** En respuesta a la creciente conciencia sobre la moda sostenible, VALARTE se enfoca en enseñar técnicas de reparación, transformación y reutilización de prendas, promoviendo así la reducción de residuos textiles y fomentando el consumo responsable.
2. **Tecnología aplicada a la modistería:** La incorporación de tecnología en los cursos y programas que ofrece la academia enfatizados a técnicas de customización, aplicación de estampados digitales o bordados automatizados. Estas habilidades permiten a los estudiantes crear diseños únicos y personalizados en sus prendas.
3. **Espacios prácticos:** Ofrecer los servicios de modistería y customización a clientes externos les permitirá a los estudiantes tener una experiencia práctica directa, aplicando los conocimientos adquiridos durante su formación con énfasis en atención al cliente.
4. **Motivación para emprender:** La fomentación de una mentalidad emprendedora, proporcionando conocimientos y herramientas prácticas que les permita a los estudiantes convertir sus habilidades de modistería y customización en un negocio exitoso.

### ***2.6. Análisis FODA***

Se desarrolla el análisis externo e interno que afecta al emprendimiento teniendo en cuenta Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.



<b>MATRIZ DOFA</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
Desvalorización del trabajo manufacturero	Poca competencia en el mercado
Deserción estudiantil	Amplitud del mercado objetivo
Disminución de la motivación del alumno	Expansión de sedes de formación
Aumento de los costos operativos	Alianzas con empresas del sector
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
Innovación en el servicio	Capacidad de inversión
Experiencia previa	Falta de instructores expertos
Precios asequibles	Difícil manejo de los estudiantes por categorías
Prácticas ecoamigables	Baja capacidad en infraestructura

*Tabla 1. Fuente. Elaboración propia. Matriz DOFA Valarte*

<b>ESTRATEGIAS VALARTE</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	Poca competencia en el mercado	Capacidad de inversión
	Amplitud del mercado objetivo	Falta de instructores expertos
	Expansión de sedes de formación	Deserción estudiantil
	Alianzas con empresas del sector	Baja capacidad en infraestructura
<b>Debilidades</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
Desvalorización del trabajo manufacturero	1.4 Establecer alianzas fuertes con empresas manufactureras que ofrezcan trabajo a nuestros estudiantes.	1.4. Crear una cuenta de ahorros que genere rendimientos con los porcentajes obtenidos de los trabajos realizados por los alumnos para ampliar los espacios.
Difícil manejo de los estudiantes por categorías	2.2. Organizar clases de pruebas por grupos según las edades, conocimientos y habilidades para no retrasar ni apresurar los procesos de cada estudiante.	2.2. Contratar instructores con habilidades teórico practicas y sociales para que alienten al alumno a continuar con sus estudios y por tanto disminuir la deserción escolar
Disminución de la motivación del alumno	3.4. Desarrollar una etapa de patrocinio por parte de las empresas del sector para los estudiantes más destacados y para quienes cuenten con pocos recursos	3.3. Generar espacios de homologación por conocimientos y de refuerzos para nivelar a aquellos estudiantes que se les dificultan algunas tareas
Aumento de los costos operativos	4.1. Elaborar campañas de referidos para adquirir nuevos clientes (estudiantes) y poder cubrir los costos y gastos operativos.	4.1. Solicitar financiación a entidades que apoyen el emprendimiento para este tipo de instituciones educativas
<b>Fortalezas</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
Innovación en el servicio	1.3. Aperturar algunas sucursales en sectores de la ciudad que potencialmente concentren personas que realicen y requieran de los servicios prestados por la academia.	1.1 Buscar entidades de apoyo a las Mypimes innovadoras para obtener recursos sólidos que permitan dar una mejor estructura financiera al negocio.
Experiencia previa	2.1. Exponer las vivencias de su fundadora por medio de algún brunch o taller para inspirar y atraer clientes que aún no se motivan a inscribirse en otras academias.	2.2. Organizar los grupos de tal manera que su creadora pueda asistir y reforzar los cursos con su conocimiento.
Precios asequibles	3.2. Capturar la atención de muchos clientes promocionando los cursos en diferentes zonas de la ciudad y por diferentes medios.	3.3. Encuestar y analizar las diferentes necesidades del cliente: económicas, de tiempo, motivacionales para retener estudiantes y apoyarlos en su proceso.
Prácticas ecoamigables	4.4 Desarrollar convenios de trabajo con grandes fabricas del secotr modad para customizar sus uniformes y apoyar así a nuestros estudiantes.	4.4.

*Tabla 2. Elaboración propia. Estrategias DO, DA, FO, FA Valarte*

### III ESTUDIO DE MERCADOS

#### 3.1. Análisis del sector

- Población que asistió a cursos de formación para el trabajo según rangos de edad

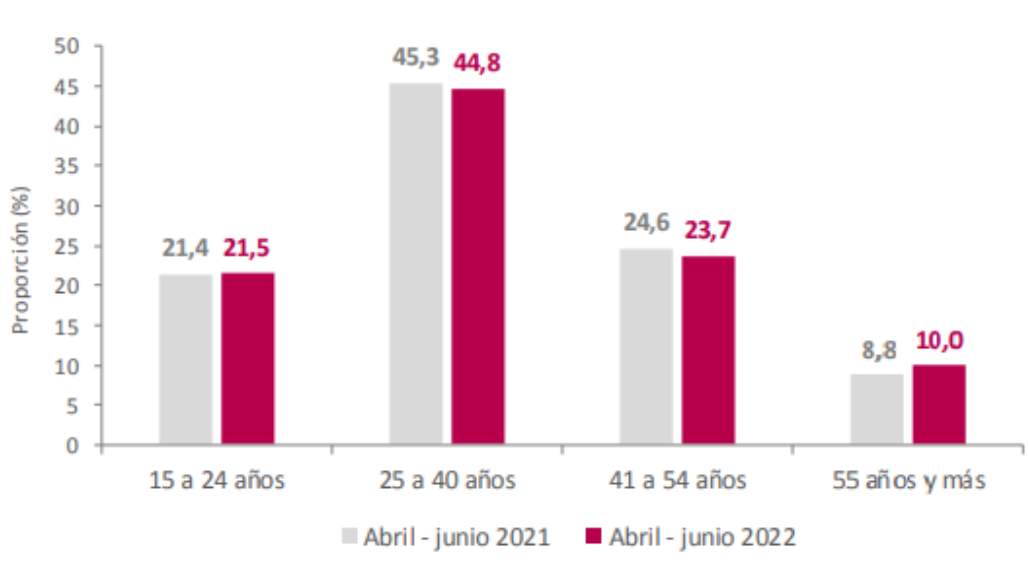


Figura 13. Fuente. DANE. Proporción de la población que asistió a cursos de formación para el trabajo según rangos de edad. 2022

- Programas del sector textil, cuero, confección y diseño de moda por nivel de formación

Subsegmento	Número de programas por nivel de formación				
	Tco Laboral	Tca Profesional	Tecnología	Espec. Tecnológica.	Universitaria
Textil	13	1	5		2
Cuero	12		3		
Confección	236		3		1
Diseño de modas	112	11	20	3	21
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>12</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>24</b>

Figura 14. Fuente. Ministerio de Educación Nacional, Sistema Nacional de información de la educación superior SNIES, 2020

- Programas de formación con mayor número de cupos en la mesa.

Código ocupación	Nombre ocupación	Código programa	Nombre programa formación	Cupos	Participación
9351	Operadores de máquinas para coser	935154	Manejo de máquinas de confección industrial para ropa exterior	12112	31.19%
9351	Operadores de máquinas para coser	935175	Confección industrial de ropa exterior	10245	26.38%
2233	Técnicos en fabricación industrial	223309	Automatización industrial	9342	24.06%
5245	Patronistas -productos de tela, cuero y piel	524504	Patronista escalador en confección industrial	7134	18.37%

Figura 15. Fuente. SENA. Boletín Mesas sectoriales, diseño, confección y moda. (S.f.)

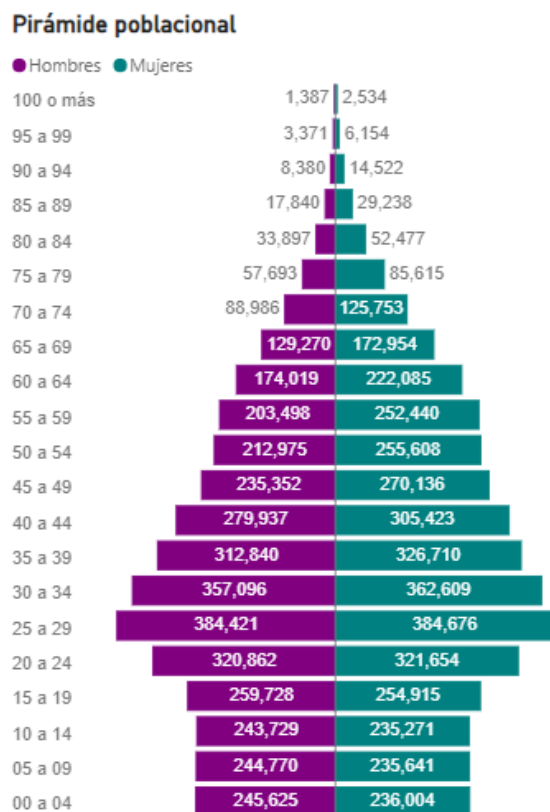


Figura 16. Fuente. Salud Capital. Pirámide Poblacional Bogotá 2005-2035. 2023

### 3.2. Análisis de la competencia

	<b>Competidor 1</b> (INSTITUTO CARMEN MEJIA)	<b>Competidor 2</b> (MARTHA INÉS)	<b>Competidor 3</b> (SUPERPROF)
<b>Descripción</b>	Esta institución ofrece Técnico Laboral por Competencias en Modistería, Alta Moda y Sastrería.	Es una academia de educación no formal que oferta cursos libres de alta costura, patronaje, corte, confección y escalado.	Plataforma Web en la que se postulan diferentes personas que conocen del oficio y ofrecen cursos o clases personalizadas a muy bajo costo.
<b>Localización</b>	Carrera 13 No. 57 28 Oficina 210- Centro Comercial Chapinero 57, Bogotá - Colombia	Calle 46 No. 9 43, Bogotá - Colombia	Plataforma super Prof.
<b>Bienes y servicios (atributos)</b>	Seminarios y cursos libres y personalizados de modistería y arreglos de ropa femenina e infantil, alta costura, sastrería, corsetería, vestidos de baño y ropa deportiva. Los horarios de estudio son flexibles.	Cursos especiales y nivelaciones para diseñadores, confeccionistas, patronistas y cortadores.  También cursos vacacionales.	Clases de upcycling, customización y técnicas de reparación.  Clases de manejo de maquinaria de confección.  Horarios flexibles y personalizados.
<b>Precios</b>	Matrícula para cursos libres	Matricula por nivel	Desde los \$35.000 por hora de clase

	\$110.000 Personalizados 40 horas \$ 385.000 24 horas \$ 240.000	\$ 160.0000 Nivelatorios 4 horas \$115.000	hasta los \$100.000
<b>Horarios</b>	Mañana: Lunes a sábado de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. Tarde: Martes y jueves de 2:00 pm a 5:00 pm	Mañana Lunes a sábado de 8:00 a.m. a 3:00pm	Personalizados

*Tabla 3. Fuente Elaboración propia. Análisis de la competencia*

La competencia principal de VALARTE es el Instituto Carmen Mejía ya que al ser una entidad que certifica cursos muy similares al que se pretende ofertar, aunque con la diferencia de que esta institución no se especializa en la modistería con propósito, es algo más general pero realmente ofrece muy buenos cursos, asequibles y con horarios flexibles lo cual es bastante atractivo para los posibles estudiantes, adicionalmente se encuentra en un sector bastante concurrido y donde generalmente se ubican algunos negocios de la industria y por supuesto otras entidades de educación.

### 3.3. Modelo CANVAS

<b>Socios claves</b>	<b>Actividades claves</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con el cliente</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<p>Se indica quienes serán los socios clave para el desarrollo del proyecto, (NO SON LOS NOMBRE DE LAS PERSONAS) son las profesiones o empresas de cada uno, proveedores en específico, entre otros.</p> <p>Socios: La creadora de VALARTE propone iniciar su emprendimiento de manera modesta por esta razón apalancara su proyecto con recursos propios o financiados bajo su nombre, sin embargo, si tiene</p>	<p>Cuáles son las actividades claves del negocio.</p> <p>Actividades imprescindibles para llevar a cabo la propuesta de valor de VALARTE.</p> <p>Sin duda un plan estratégico en el que se evalúen los siguientes factores</p> <p>Administración: Gestión eficiente de los recursos.</p> <p>Finanzas: Establecimiento de un presupuesto y seguimiento del mismo.</p>	<p>En específico cuáles son los elementos de valor o de innovación del proyecto, cómo se satisfacen los clientes y porqué los prefieren más que a la competencia.</p> <p>Educación formal de customización de prendas +</p>	<p>Se describe relación con el cliente, es decir cómo se va a interactuar con él de acuerdo a las necesidades que éste tenga.</p> <p>*Redes sociales, página web.</p> <p>*Atención al cliente de manera personalizada.</p> <p>*Incentivos de permanencia y rendimiento.</p>	<p>Describir la buyer persona. Quienes son, que hacen, que piensan, que sienten, etc.</p> <p>El tipo de cliente al que apunta VALARTE generalmente son personas desde los 15 hasta los 60 años de edad con poder adquisitivo promedio/ alto, de cualquier estrato social, con intereses en el oficio de confección y modistería, vocación por la moda, con intención de</p>

<p>en cuenta sus proveedores potenciales.</p>	<p>Mercadeo: Promoción y obtención de nuevos clientes.</p>	<p>precios asequibles + idea de emprendimiento+</p>		<p>servicio al cliente, creación, diseño, y espíritu de emprendimiento.</p>
<p><b>Maquinaria y servicio técnico:</b></p> <p>* Andina de mayoreo SAS, ubicada en la Carrera 28 A #15-72, Paloquemao, Bogotá, Colombia.</p> <p>* MLS, máquinas y repuestos con sede principal en Calle 75 No 99-21 y</p>	<p>Servicio al cliente: Evaluación constante de las necesidades del cliente.</p> <p>Recursos humanos: Contratación de personal competente para todas las áreas y operaciones.</p>	<p>propósito de cuidado ambiental.</p>		
<p>otras cuatro sedes más en Bogotá.</p> <p>* Surtimaquinas Calle 42 A Sur #53-36 y otras dos sedes en Alquería Bogotá.</p> <p><b>Hilos, agujas y herramientas en general:</b></p>	<p>Recursos claves</p> <p>Se indican los recursos fundamentales del negocio, respecto a tecnología, conocimiento, talento humano, materia prima, entre otros.</p>		<p>Canales</p> <p>Se indican los canales de comercialización que se van a utilizar en el negocio.</p> <p>Página web para inscripción y</p>	



<p>Hilos y Suministros, ubicados en la Alquería Calle 42 Sur # 53 – 09 y con sede adicional en centro Bogotá.</p> <p>Surtihilazas, ubicado en Carrera 24 No 63A-37 Bogotá</p> <p><b>Muebles y enseres:</b></p> <p>Mecortex ubicados en AV Cra 30 # 1C – 19 Santa Isabel Occidental. –</p> <p><b>Uniformes y carnetización:</b></p> <p>Internacional de dotaciones ubicados en la Calle 44D Sur # 72 a - 39, Bogotá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Capital humano calificado</li> <li>• Maquinaria</li> <li>• Suministros</li> <li>• Textiles</li> <li>• Papelería</li> <li>• Publicidad</li> </ul>		<p>clases presenciales en las instalaciones de la academia.</p>	
---	--	--	---	--

<p>Carnets Nivel trece ubicados en Calle 49 17-42 Of. 502</p> <p><b>Papelería y publicidad:</b> Jaque Home ubicados en Carrera 28 #10-38</p>				
<p style="text-align: center;"><b>Estructura de coste</b></p> <p>Se plantea de forma numérica costos del negocio, salarios, compra de materia prima, publicidad, muebles, maquinaria y equipo, etc.</p> <p><b>Infraestructura mensual</b> \$4.100.000</p> <p><b>Servicios Públicos promedio.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcantarillado: \$72.879</li> <li>• Luz: \$87.038</li> <li>• Aseo: \$26.930</li> <li>• Gas Natural: \$83.356</li> <li>• Internet: \$300.000</li> </ul> <p><b>Salarios promedio mensual:</b> 6 instructores \$1.600.000*6 Total \$ 9.600.000</p> <p><b>Maquinaria promedio:</b> \$ 15.000.000</p> <p><b>Suministros:</b> \$ 10.000.000</p> <p><b>Stocks uniformes:</b> (160.000*50): \$ 8.000.000</p> <p><b>Muebles:</b> \$ 15.000.000</p> <p><b>Publicidad:</b> \$ 4.500.000</p>		<p style="text-align: center;"><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <p>De donde provienen los ingresos o recursos para rodar el negocio, cuántos ingresos se requieren para alcanzar el punto de equilibrio</p> <p>Los ingresos provienen de la financiación obtenida por la creadora y de los mismos recursos obtenidos en el desarrollo de la actividad y financiamiento de banco.</p>		

*Tabla 4. Fuente Elaboración propia. Modelo Canvas Valarte*

## IV PLAN DE MARKETING

### *4.1. Personas*

Las personas encargadas de vender y promocionar los cursos que ofrece la academia VALARTE deben tener una combinación de habilidades comerciales, conceptos básicos sobre la modistería y una actitud positiva para comunicarse efectivamente con los posibles estudiantes. Características importantes que deben tener:

**1. Conocimiento de conceptos de modistería:** Deben tener conocimientos sólidos que les permitirá comprender y transmitir la importancia de aprender habilidades en modistería y customización ropa y cómo estas habilidades pueden ser beneficiosas en el mercado laboral.

**2. Habilidades de ventas:** Deben tener habilidades de ventas efectivas para promover y vender el curso. Esto incluye la capacidad de presentar el valor del curso, destacar sus características y beneficios, y cerrar ventas de manera persuasiva.

**3. Excelente habilidades de comunicación:** Deben tener habilidades sólidas de comunicación verbal y escrita. Deben ser capaces de comunicarse claramente y de manera convincente con los posibles estudiantes, responder preguntas y proporcionar información precisa sobre el curso.

**4. Orientación al cliente:** Deben tener una orientación al cliente, escuchando y comprendiendo las necesidades y expectativas de los posibles estudiantes. Esto les permitirá adaptar su enfoque de venta y brindar un servicio personalizado que satisfaga las necesidades específicas de cada estudiante.

**5. Empatía y capacidad de conexión:** Deben ser capaces de establecer una conexión con los posibles estudiantes y comprender sus motivaciones para aprender el arte de la modistería. La empatía les ayudará a generar confianza y establecer relaciones sólidas con los estudiantes potenciales.

**6. Persistencia y capacidad de seguimiento:** Deben ser persistentes y tener la capacidad de hacer un seguimiento constante con los posibles estudiantes. Esto implica realizar llamadas de seguimiento, responder correos electrónicos y brindar apoyo continuo durante el proceso de toma de decisiones.

**7. Organización y gestión del tiempo:** Deben ser organizados y tener habilidades efectivas de gestión del tiempo. Esto les permitirá manejar múltiples clientes potenciales, hacer un seguimiento adecuado de las interacciones y cumplir con los plazos establecidos para cerrar las ventas.

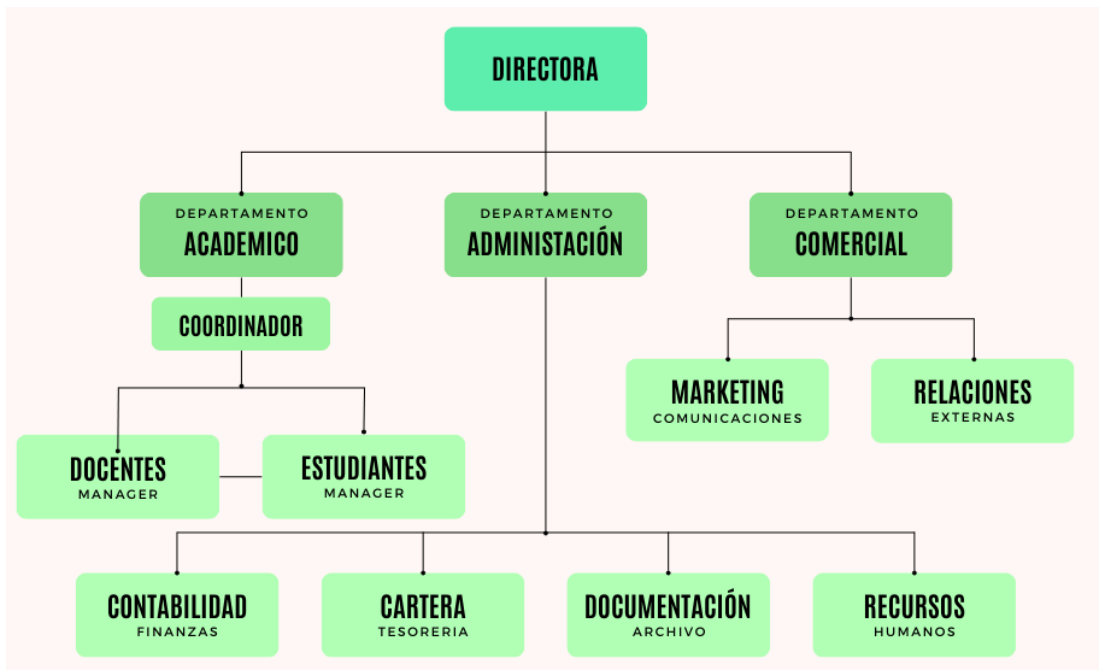


Figura 17. Fuente. Elaboración propia. Organigrama Valarte

#### 4.2.Producto

Este servicio de educación formal en modistería y customización de prendas que propone VALARTE brinda numerosas ventajas y beneficios:

## **Ventajas:**

**1. Aprendizaje especializado:** La academia brinda la oportunidad de recibir una formación especializada en técnicas de modificación, transformación, reparación y customización. Podrán adquirir las habilidades necesarias para transformar y mejorar prendas de vestir.

**2. Conocimientos prácticos:** Adquirir conocimientos prácticos sobre cómo hacer diferentes tipos de arreglos de prendas, como ajustar el tamaño, corte y ruedo de pantalón, hacer variedad de dobladillos, reparar rasgaduras, entre muchos otros. También gran variedad técnicas de customización para agregar detalles únicos a las prendas.

**3. Desarrollo de habilidades creativas:** La customización de prendas de vestir es una forma de expresión creativa. Al ser parte de academia, lograrán desarrollar habilidades creativas y aprender a convertir prendas comunes en piezas únicas y personalizadas.

**4. Oportunidades profesionales:** Obtener una educación formal con certificación, amplia las oportunidades laborales y con el énfasis en emprendimiento que ofrece VALARTE podrán trabajar como modistas o incluso iniciar su propio negocio, permitiéndoles obtener buenos ingresos y trabajar desde la comodidad de la casa.

## **Beneficios:**

**1. Ahorro de dinero:** Al aprender a modificar, transformar, reparar y customizar prendas, conseguirán ahorrar dinero, sin ver la necesidad de comprar prendas nuevas.

**2. Sostenibilidad:** La customización de prendas de vestir promueve la sostenibilidad al alargar la vida útil de la ropa. En lugar de desechar prendas que ya no te gustan o no te quedan bien, podrás transformarlas en algo nuevo y único.

3. **Autonomía:** Al tener habilidades de costura y customización, serás capaz de realizar cambios en tu propia ropa según tus necesidades y preferencias. Podrás adaptar las prendas a tu estilo y ajustarlas para un mejor ajuste.

4. **Creatividad y autoexpresión:** La customización de prendas te permite expresar tu estilo personal y creatividad. Podrás diseñar y crear prendas únicas que reflejen tu personalidad y originalidad.

Recuerda que los beneficios específicos pueden variar según la academia en la que te inscribas y el nivel de dedicación y práctica que le dediques al aprendizaje

#### ***4.3.Place***

VALARTE escoge múltiples opciones y estrategias de venta del servicio.

**1. Marketing digital:** Utilizar estrategias de marketing digital para promocionar la academia y llegar al público objetivo. Crea un sitio web atractivo y fácil de navegar que incluya información sobre los programas de formación, testimonios de estudiantes satisfechos y detalles de contacto. Implementar estrategias de SEO (optimización para motores de búsqueda) para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda.

Además, utilizar las redes sociales para compartir contenido relevante, organizar concursos o promociones especiales, y establecer una comunidad en línea. Invertir en publicidad digital, como anuncios en Google, Facebook o Instagram, para aumentar la visibilidad de la academia.

**2. Alianzas estratégicas:** Establecer alianzas con otras empresas o profesionales relacionados con la moda específicamente Bogotá. Por ejemplo, poder colaborar con tiendas de telas, diseñadores locales u otras instituciones de formación en moda. Ofrecer descuentos especiales en los programas de formación para los clientes de estas empresas o crear paquetes combinados que incluyan productos o servicios de ambos. Esta estrategia no solo aumentará

la visibilidad de la academia, sino que también te ayudará a alcanzar a un público interesado en la modistería y customización.

**3. Eventos y talleres gratuitos:** Organizar eventos y talleres gratuitos para mostrar las habilidades y conocimientos que se enseñan en la academia. Estos eventos pueden ser demostraciones de costura en vivo, charlas sobre sostenibilidad y reutilización de textiles, o talleres introductorios de customización. Al ofrecer una experiencia práctica y valiosa de forma gratuita, generando interés y confianza en la academia. Aprovechar estos eventos para recolectar información de contacto de los asistentes interesados y así poder seguir comunicándose con ellos posteriormente.

**4. Colaboraciones con influencers o bloggers de moda:** Identificar influencers o bloggers de moda que tengan una audiencia relevante para la academia. Establecer colaboraciones donde ellos promocionen los programas de formación a través de sus plataformas, ya sea mediante publicaciones en redes sociales, videos de YouTube o reseñas en blogs. Ofreciéndoles descuentos exclusivos en la inscripción para sus seguidores o incluso invitarlos a participar en clases o eventos especiales. Estas asociaciones pueden generar un alcance considerable y despertar el interés de personas interesadas en aprender sobre la modistería y customización.

**5. Publicidad tradicional:** Aunque el marketing digital es efectivo, no se descarta por completo la publicidad tradicional. Considerando la posibilidad de colocar anuncios en revistas o periódicos locales, así como en vallas publicitarias estratégicamente ubicadas en la ciudad de Bogotá. También participar en ferias o eventos de moda en Bogotá para exhibir los servicios que ofrece la academia y establecer contactos con potenciales estudiantes.

#### ***4.4.Precio***

Es necesario ser objetivo en este aspecto y detallar muy bien por qué se aplica el precio de venta ya que éste debe tener un equilibrio entre calidad y valor, Indicar qué métodos de pago puede utilizar el cliente, uso de descuentos, promociones, etc.

- Valor de la inscripción: \$ 67.000 COP
- Valor de la pensión: \$ 1'480.000 COP
- Valor de cursos adicionales: \$ 640.000 COP (Duración 40 horas intensivas)
- Medios de pago: PSE (Página web), consignación bancos.

El pago puede ser financiado a cuotas

#### ***4.5.Promoción***

El proceso de preventa, venta y postventa de matrículas en la academia VALARTE implica varias etapas y actividades.

#### **PREVENTA:**

- **Identificación del público objetivo:** Definir el perfil de estudiante objetivo, considerando características demográficas, intereses y necesidades relacionadas con la modistería y la customización.
- **Estrategias de marketing:** Desarrollo de estrategias de marketing para promocionar la academia y generar interés antes de la venta. Esto puede incluir la creación de contenido relevante en redes sociales, blogs o vídeos, la participación en eventos o ferias de moda, y la colaboración con influencers o bloggers de moda.
- **Generación de leads:** Implementa estrategias para captar la atención de potenciales estudiantes, como ofrecer contenido gratuito descargable, webinars informativos o descuentos exclusivos en la inscripción a cambio de su información de contacto.
- **Comunicación y seguimiento:** Establecer una comunicación activa con los interesados, respondiendo a sus consultas, ofreciendo información adicional sobre los programas de formación y realizando un seguimiento regular para mantener su interés.

#### **VENTA:**

- **Presentación de programas de formación:** Organizando reuniones informativas o jornadas de puertas abiertas donde se presentan los programas de formación, explicando los beneficios y respondiendo a las preguntas de los potenciales estudiantes.



- **Proceso de inscripción:** Establecer un proceso de inscripción claro y sencillo, donde los interesados puedan completar el formulario de matrícula y proporcionar la documentación necesaria. Dar a conocer las opciones de pago, como transferencias bancarias, tarjetas de crédito o pagos en efectivo, para facilitar el proceso.
- **Confirmación de matrícula:** Una vez que se ha realizado el pago y se ha completado la inscripción, se envía una confirmación de matrícula por escrito o por correo electrónico, incluyendo detalles sobre las fechas de inicio y los requisitos previos a el día de ingreso.

#### **POSTVENTA:**

- **Bienvenida y orientación:** Brindar una cálida bienvenida a los nuevos estudiantes, proporcionando información detallada sobre el inicio del programa, horarios, materiales requeridos y cualquier otra instrucción relevante.
- **Apoyo y seguimiento:** Durante el desarrollo del programa, se ofrecerá soporte y seguimiento continuo a los estudiantes, respondiendo a sus consultas, brindando retroalimentación sobre su progreso y ofreciendo recursos adicionales, como material de lectura o tutoriales en línea.
- **Evaluación y retroalimentación:** Se realizarán evaluaciones periódicas del desempeño de los estudiantes para asegurarte de que están alcanzando los objetivos de aprendizaje. Proporcionándoles retroalimentación constructiva y ofrece oportunidades de mejora.
- **Fidelización y referencias:** Fomentar la fidelidad de los estudiantes a través de beneficios adicionales, como incentivos en programas futuros o eventos especiales. Además, de solicitar testimonios y referencias de estudiantes satisfechos para utilizar en las estrategias de marketing y promoción futura.

#### ***4.6. Procesos***

Para mantener una comunicación constante con los clientes de VALARTE, ofrece un servicio al cliente efectivo, empleando las siguientes estrategias y procesos:

**1. Canales de comunicación múltiples:** Ofrecer diferentes canales de comunicación para que los futuros estudiantes puedan contactarse de manera conveniente. Estos canales pueden

incluir correo electrónico, teléfono, chat en línea, redes sociales y formulario de contacto en tu sitio web. Asegurando el monitoreo y respuesta de manera oportuna a las consultas y comentarios de los estudiantes en cada uno de estos canales.

**2. Respuesta rápida:** Establecer tiempos de respuesta claros y comprometidos a proporcionar respuestas rápidas a las consultas de los futuros estudiantes. La prontitud en la respuesta ayudara a generar confianza y demuestra el compromiso con un buen servicio al cliente.

**3. Personalización:** Tratar a cada estudiante de manera individualizada y personalizada. Utilizando su nombre en la comunicación, entendiendo sus necesidades específicas y brindándoles soluciones adaptadas a sus requerimientos. Esto creara una experiencia más satisfactoria y muestra que se valora a los estudiantes de manera individual.

**4. Retroalimentación constante:** Solicitar activamente la retroalimentación de los estudiantes sobre su experiencia en la academia y el servicio recibido. Se hace a través de encuestas, formularios de satisfacción o incluso llamadas de seguimiento. Se utiliza esta retroalimentación para mejorar continuamente los servicios y atender cualquier problema o inquietud que pueda surgir.

**5. Atención personalizada:** Proporcionar asistencia personalizada y orientación a los estudiantes en cada etapa de su experiencia en la academia. Esto puede incluir ayudarles a elegir el programa de formación adecuado, brindar información sobre los materiales necesarios, ofrecer consejos prácticos de costura, entre otros. Asegurando el contar con personal capacitado y amable que pueda brindar una atención cercana y experta a los estudiantes.

**6. Programas de fidelización:** Implementar programas de fidelización para premiar y mantener a los estudiantes recurrentes. Ofreciéndoles incentivos exclusivos, acceso a eventos especiales o incluso programas de referidos que incentiven a los estudiantes a recomendar la academia a sus amigos y familiares.

**7. Capacitación continua:** Brindar capacitación continua al equipo de atención al cliente para garantizar que estén actualizados en los programas de formación, las políticas de la academia y las mejores prácticas de servicio al cliente. Esto les permitirá ofrecer un soporte informado y efectivo a los clientes.

Recordando siempre que la clave para un buen servicio al cliente es la empatía, la prontitud en la respuesta y la atención personalizada. Estas estrategias ayudarán a establecer una relación sólida con los estudiantes, fomentando su satisfacción y fidelidad a largo plazo.

#### ***4.7. Posicionamiento***

Para que VALARTE gane un lugar en la mente de los clientes, es importante implementar estrategias que destaquen y diferencien a la academia de la competencia.

**1. Excelencia en la calidad de la enseñanza:** Asegurarse de ofrecer programas de formación de alta calidad con instructores calificados y con experiencia en el campo de la modistería y customización. Destacar los conocimientos especializados y las habilidades prácticas que los estudiantes adquirirán en tu academia.

**2. Enfoque en la práctica y la experiencia:** Diseñar programas de formación que combinen teoría y práctica, brindándoles a los estudiantes la oportunidad de aplicar lo que aprenden en un entorno real. Proporcionándoles talleres prácticos, proyectos reales y ejercicios de modistería que les permitan desarrollar sus habilidades y ganar confianza.

**3. Variedad de programas y cursos:** Ofrecer una amplia gama de programas y cursos para satisfacer las necesidades y los intereses de diferentes niveles de habilidad y experiencia. Esto incluye desde cursos básicos para principiantes hasta programas avanzados y especializados en modistería.

**4. Innovación y actualización:** Mantener la academia actualizada en cuanto a las últimas tendencias, técnicas y herramientas en el campo de la modistería y la customización. Implementar nuevas técnicas y tecnologías a los programas de formación para ofrecer a los estudiantes una formación relevante y de vanguardia.

**5. Alianzas estratégicas:** Establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con marcas o empresas de moda reconocidas en el área. Esto puede incluir acuerdos de colaboración para prácticas laborales, eventos conjuntos o incluso la posibilidad de ofrecer certificaciones reconocidas en la industria.

**6. Testimonios y casos de éxito:** Recopilar testimonios y casos de éxito de estudiantes satisfechos que hayan logrado avances significativos a lo largo del programa académico o hayan obtenido reconocimientos en el campo de la modistería. Utilizar estas historias como herramientas de marketing para demostrar los beneficios y el valor de los programas de formación.

**7. Marketing y promoción efectivos:** Utilizar estrategias de marketing digital, como el uso de redes sociales, blogs y marketing por correo electrónico, para promocionar la academia y llegar a el público objetivo. Creando contenido relevante y valioso que resalte los beneficios de los programas de formación y demuestre la experiencia en el campo.

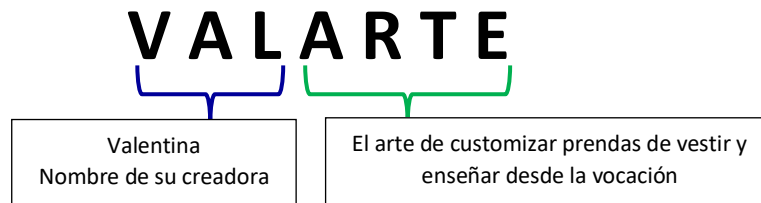
**8. Atención al cliente excepcional:** Brindar un servicio al cliente excepcional en cada interacción. Asegurándose de que los estudiantes se sientan valorados y apoyados en su proceso de aprendizaje. Ofreciendo asesoramiento adicional, seguimiento y recursos útiles para mantener una relación sólida con ellos incluso después de que finalicen sus programas de formación.

Teniendo presente que la reputación y el boca a boca positivo desempeñan un papel fundamental en ganar un lugar en la mente de los clientes. Es importante ofrecer una experiencia educativa y satisfactoria que los estudiantes valoren y recomienden a otros.

## V CREACIÓN DE IMAGEN DE MARCA

### 5.1.Nombre de la marca

#### VALARTE



### 5.2.Eslogan

#### VALARTE: "Reformando prendas con sentido"

1. **Sostenibilidad:** Al reformar prendas, se promueve el uso prolongado de la ropa y se reduce la demanda de producciones de nuevas prendas, lo que tiene un impacto positivo en el medio ambiente.
2. **Valor emocional:** Algunas prendas tienen un valor sentimental, ya sea por su historia o por su conexión con momentos importantes en la vida de una persona.
3. **Personalización:** La modistería implica ajustar o modificar las prendas de manera que se adapte a las personas.
4. **Economía circular:** En lugar de seguir un modelo lineal de producción y consumo donde las prendas se desechan después de su uso, se promueve la reutilización y la prolongación de la vida útil de las prendas existentes. Esto contribuye a un sistema más sostenible y reduce la cantidad de residuos generados por la industria de la moda.

### 5.3. Logo



Figura 18. Fuente. Elaboración propia. Logo Valarte.

### 5.4. Pensum

<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>1º NIVEL MENSUAL</b>	<b>2º NIVEL MENSUAL</b>	<b>3º NIVEL MENSUAL</b>
	Introducción a la modisteria	Deconstrucción de prendas	Arreglos generales prendas estructuradas
	Reconocimiento de tipos de prendas	Reconocimiento de maquinaria e insumos	Introducción a la customización
	Análisis estructura de prendas	Nivelación del manejo de maquinas	Técnicas de customización
	Reconocimiento de textiles	Arreglos generales prendas inferiores	Servicio al cliente Emprendimiento
	Toma de medidas ajustes de prendas	Arreglos generales prendas superiores	Prácticas Duración (1 mes)
<b>HORARIOS</b> Lunes a viernes Grupo A: 9:00AM a 12:00AM Grupo B: 2:00PM a 5:00PM Grupo C: 6:00PM a 9:00PM			

Figura 19. Fuente. Elaboración propia. Pensum Valarte.

### *5.5. Políticas y valores organizacionales*

#### **Políticas:**

**1. Calidad en la enseñanza:** Compromiso de proporcionar programas de capacitación de alta calidad en modistería y customización, con instructores calificados y métodos de enseñanza efectivos.

**2. Respeto y ética profesional:** Fomentar un ambiente de respeto mutuo entre estudiantes, instructores y personal, promoviendo la ética profesional y la integridad en todas las interacciones.

**3. Flexibilidad y adaptabilidad:** Ser receptivos a las necesidades cambiantes de los estudiantes y adaptar los programas para satisfacer sus requerimientos, brindando una amplia franja horaria que se adapte fácilmente a los estudiantes y su estilo de vida.

**4. Innovación y actualización constante:** Mantenerse al día con las últimas técnicas modificación, reutilización y reparación de prendas, brindando programas actualizados y promoviendo la innovación en el campo.

**5. Atención personalizada:** Proporcionar un enfoque individualizado a cada estudiante, brindando orientación y apoyo para su desarrollo y éxito en el aprendizaje.

**6. Trabajo colaborativo:** Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo entre los estudiantes, promoviendo el intercambio de conocimientos y la creación de redes de apoyo dentro de la comunidad de la academia.

**7. Sostenibilidad:** Promover prácticas sostenibles en la enseñanza, como el uso de materiales y técnicas eco amigables, así como la concientización sobre la importancia de reducir el impacto ambiental en la industria de la moda.

## **Valores organizacionales:**

**1. Excelencia:** Buscar constantemente la excelencia en la enseñanza y los servicios proporcionados, superando las expectativas de los estudiantes y la comunidad.

**2. Pasión por la costura:** Demostrar una pasión genuina por la costura, transmitiendo entusiasmo y motivación a los estudiantes.

**3. Compromiso con el aprendizaje continuo:** Fomentar una mentalidad de aprendizaje continuo tanto en los estudiantes como en los instructores, promoviendo el desarrollo personal y profesional.

**4. Respeto y diversidad:** Valorar y respetar la diversidad de los estudiantes, instructores y personal, creando un ambiente inclusivo y libre de discriminación.

**5. Integridad y honestidad:** Actuar con integridad y honestidad en todas las interacciones, manteniendo altos estándares éticos y profesionales.

**6. Orientación al cliente:** Colocar las necesidades de los estudiantes en el centro de todas las decisiones y acciones, brindando un servicio al cliente excepcional.

**7. Responsabilidad social:** Contribuir positivamente a la sociedad y a la comunidad, mediante acciones y programas que promuevan la responsabilidad social corporativa y el impacto social positivo.

### ***5.6.Misión***

VALARTE es una institución creada con el propósito de aportar al desarrollo de la sociedad por medio de la creación de un programa de formación que brinde herramientas y conocimientos prácticos sobre la modificación, transformación y reparación de prendas de vestir, dándole un enfoque eco-amigable enfatizando en el emprendimiento.



### ***5.7. Visión***

VALARTE se propone ser una destacada academia de formación en el arte de la modistería generando valor económico, social y ambiental que le permita consolidarse como una idea de negocio innovadora y sostenible.

## CONCLUSIONES

- La construcción de una idea de negocio conlleva la definición de objetivos claros y puntuales que involucren un análisis del emprendimiento y una propuesta de las estrategias a desarrollar para cumplir con estos objetivos trazados.
- Es de suma importancia la investigación para la ejecución de un proyecto o idea de negocio ya que con esta se puede acceder a información real que guíe al creador en el proceso de la búsqueda de su mercado objetivo, la competencia existente y los posibles recursos de los cuales deberá hacer uso.
- Valarte es una idea de negocio fundamentada en la formación de personas interesadas en el oficio de la customización y modistería de prendas de vestir con un enfoque altruista a nivel ambiental, económico y social.
- En la ejecución de este proyecto es relevante el establecimiento de un plan de marketing capaz de posicionar a la empresa y atraer clientes potenciales para el cumplimiento de las metas.
- Para Valarte como formadora de personas integrales es fundamental forjar en ellos la vocación no solo por este oficio sino también por el servicio al cliente para que destaquen en sus sectores y así mismo puedan crear empresa para generar ingresos propios.
- En Bogotá es necesaria la exposición de ideas de negocios que respalden la formación integral y certificada de oficios tan comunes como la modistería, por esto se propone la apertura de un espacio de fácil acceso económico para aquellos que deseen certificar sus conocimientos y generar ingresos propios para sustentar sus carreras o sus hogares.
- El fomentar la enseñanza de habilidades en el arte de la modistería, se contribuye a su preservación y se promueve el valor de los oficios tradicionales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DANE. Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Módulo de Formación para el Trabajo. (2022).  
PDF: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/formacion/GEIH\\_FormacionTrabajo\\_abr\\_jun22.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/formacion/GEIH_FormacionTrabajo_abr_jun22.pdf)
- *Ministerio de Educación Nacional, Sistema Nacional de información de la educación superior SNIES, (2020). PDF.*  
[https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files\\_public/2021-12/analisis-brechas-sector-moda.pdf](https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2021-12/analisis-brechas-sector-moda.pdf)
- SENA. Boletín Mesas sectoriales, diseño, confección y moda. (S.f.). PDF.  
[https://observatorio.sena.edu.co/Content/pdf/mesas\\_sectoriales/diseño\\_confeccion\\_moda.pdf](https://observatorio.sena.edu.co/Content/pdf/mesas_sectoriales/diseño_confeccion_moda.pdf)
- Salud Capital. Pirámide Poblacional Bogotá 2005-2035. (2023).  
<https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/#:~:text=%C3%8Dndice%20de%20envejecimiento%3A%20En%20el,de%2065%20a%C3%B1os%20y%20m%C3%A1s>