



**Proyecto de Pasantía para opción de Grado**

**Guía Propuesta de Mejora en la empresa**

**USB COLOMBIA S.A.S**

Diana Carolina Peña Ararat

Código estudiantil: 62055

**Programa Académico Prof. Diseño de modas**

Universidad ECCI

Director Pasantía

Asesora: Docente: Martha Castillo

Bogotá, D. C.

30-04-2021

## Tabla de contenido

Resumen .....	4
Abstract .....	5
Introducción .....	6
1. La Empresa.....	8
1.1. Descripción de la empresa.....	8
1.2. Historia.....	8
1.2.1. Logotipo .....	9
1.2.2. Ubicación de la empresa .....	9
2. Visión.....	10
4.1.2. Misión .....	10
1.4. Estructura Organizacional.....	10
2. La Pasantía.....	13
2.1. Información general de la pasantía.....	13
2.1.1. Función de la pasante .....	13
i. Cronograma de actividades .....	13
2.2. Objetivos de la pasantía+ .....	15
.2.1. Objetivo general .....	16
.2.2. Objetivos específicos .....	17
3.1. Descripción del problema.....	18
3.1. Diagnóstico de la empresa.....	19
3.1.1. Proceso de diseño y producción.....	20

3.12 Posibles causas de las inconsistencias en el proceso de diseño y pagina web ..	21
3.1.3. Posibles soluciones para reducir el número de inconsistencias .....	23
3.1.4. Evaluación de soluciones .....	24
3.2. Solución propuesta .....	26
4.1. Logros.....	26
4.2. Alcance de la pasantía .....	27
4.3. Limitaciones .....	28
Conclusiones .....	28
Recomendaciones.....	29
Glosario .....	31
WEBGRAFIA .....	31
Figura 2. <i>Logotipo de ALTRAVES URBAN</i> .....	9
Figura 3. <i>Ubicación de Altraves Urban</i> .....	9
Figura 4. <i>Esquema organizacional de Altraves Uban</i> .....	12
Figura 5. <i>Procedimientos iniciales de diseño y producción</i> .....	20
Figura 7. <i>Diagrama causa-efecto</i> .....	23
Tabla 1.....	14
Tabla 2.....	23
Tabla 3.....	25

## Resumen

El presente informe tiene como objetivo proporcionar información concerniente al periodo de pasantía en la empresa **USB COLOMBIA S.A.S** y del mismo modo analizar los problemas observados en el área de diseño y producción de las prendas de colección con el propósito de sugerir una solución a dichos problemas. El capítulo uno contiene los datos generales de la empresa. El capítulo dos presenta una breve descripción del rol de la pasante durante la pasantía, el correspondiente diagnóstico de la empresa para la identificación del problema de inconsistencias entre la colección y el proceso de diseño y se propone la adquisición de herramientas para la mejora del conocimiento del cliente y por ende del mercado. Finalmente, en el capítulo cuatro se termina el informe enumerando los logros, el alcance, las limitaciones y las conclusiones de la pasantía y se plantean las recomendaciones para la empresa.

**Palabras claves:** Diseño, Producción, inconsistencias, adquisición de herramientas.

## Abstract

The purpose of this report is to provide information concerning the internship period at USB COLOMBIA S.A.S. and to analyze the problems observed in the area of design and production of collection garments with the purpose of suggesting a solution to these problems. Chapter one contains the general data of the company. Chapter two presents a brief description of the role of the intern during the internship, the corresponding diagnosis of the company to identify the problem of inconsistencies between the collection and the design process and proposes the acquisition of tools to improve the knowledge of the customer and therefore the market. Finally, chapter four concludes the report by enumerating the achievements, scope, limitations and conclusions of the internship, and recommendations for the company.

**Key words:** Design, Production, inconsistencies, tool acquisition.

## Introducción

El diseño y producción de prendas de vestir a lo largo de la historia ha desarrollado características que otras carreras no pueden igualar, la moda ocupa uno de los papeles más importantes en la sociedad ya que no solo permite definir un propio estilo y ayudar a marcar la diferencia entre los demás. la moda hoy en día no busca aceptación de sus contrarios sino de su mercado potencial, generar recordación y fidelización de sus clientes. Demostrando la personalidad, libertad de expresión, intereses, gustos. Etc.

La moda sigue siendo estigmatizada por unos algunos que creen que la profesión no tiene futuro ni da frutos, *“La ropa no es nada hasta que alguien vive en ella”*. **Marc Jacobs** pero gracias a esto es que la moda tiene mayores influyentes irreverentes, con ideas desconcertantes que llenan a la comunidad de esperanza.

*“La moda se trata de soñar y hacer que otras personas sueñen”*. **Donatella Versace**

La Universidad ECCI, como parte del pensum académico del programa Diseño de modas tiene en cada uno de sus semestres la asignatura de diseño en la cual se nos imparte la búsqueda de tendencias por la plataforma WGSN también en 8 semestre vemos la materia de Coolhunter que son los cazadores de tendencias.

La pasantía es por tanto una oportunidad que abre puertas al mundo desconocido de lo que está de “moda”. Es un periodo en el cual el estudiante adquiere experiencia práctica y es confrontado también con sus habilidades y conocimientos con el objetivo de hacer una introspección e identificar de este modo debilidades y fortalezas antes de enfrentarse al mundo laboral de manera independiente ya que para ser un Diseñador de moda competente se requiere mayor experticia para salir a enfrentar la competencia.

Por lo anterior, el periodo de pasantía es un espacio para aprender y a su vez contribuir a la optimización de los procesos en las empresas en la que se lleve a cabo, puesto que el pasante como agente externo a la misma tiene la capacidad de detectar fallas y partiendo de su conocimiento teórico plantear soluciones factibles que conduzcan a mejoras.

El presente informe de pasantía no solo recolecta información de las actividades desarrolladas durante el periodo de pasantía en la empresa de diseño y producción USB COLOMBIA S.A.S., sino que también posibilita el análisis de las falencias en el proceso de diseño de colecciones, y las diferentes áreas. Al finalizar el análisis, propone la adquisición de herramientas para la mejora del conocimiento del cliente y por ende del mercado.

## **1. La Empresa**

### **1.1. Descripción de la empresa**

ALTRAVÉS es una empresa de distribución de moda, que vende en el mercado nacional e internacional. El grupo está compuesto por tres marcas: ALTRAVÉS, ALHILO-TEX Y ALSESGO; cada una tiene una personalidad y cuentan con un equipo de trabajo propio. Todas ellas tienen independencia para desarrollar los estilos y prendas que más encajan con sus clientes.

### **1.2. Historia**

ALTRAVÉS nace como un concepto de moda rompedor para un público joven, dinámico y exigente; interesado en la música, las redes sociales y las últimas tendencias de la moda street wear y urbana. Sus colecciones tienen el algodón como tejido principal, con diseños de sudaderas desenfadadas, camisetas sexis con mensajes atrevidos y accesorios que completan los outfits. ALTRAVÉS propone prendas versátiles que puedan llevarse tanto de día como de noche, y tanto en el estudio, trabajo, como en los ratos de ocio.

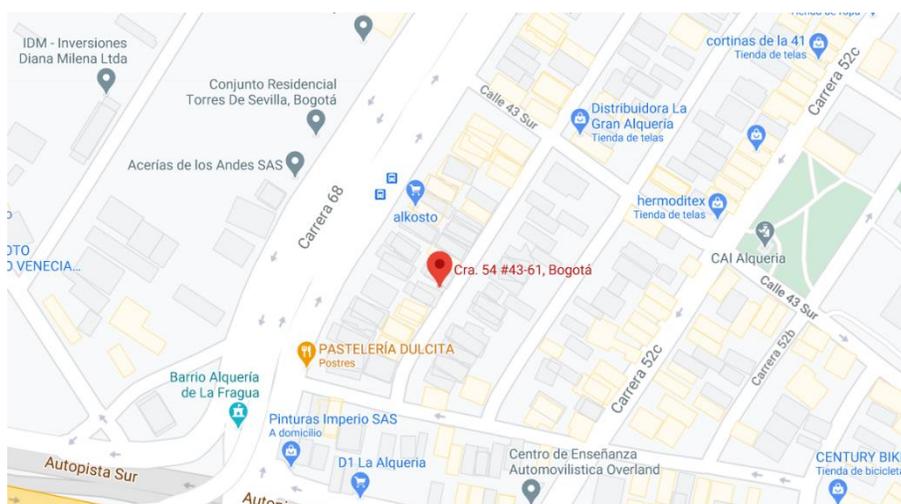
### 1.2.1. Logotipo



**Figura 1.** Logotipo de ALTRAVES URBAN  
*Nota.* Tomada del documento de la empresa

### 1.2.2. Ubicación de la empresa

ALTRAVES URBAN se encuentra estratégicamente ubicada en la zona sur de Bogotá, a tan solo unos pasos de la estación de Transmilenio Alquería. Donde tiene contacto directo con proveedores, trabajadores en los sectores que terceriza, no obstante, el contacto entre el cliente y la empresa es mucho más frecuente físicamente ya que su almacén se encuentra ubicado en el centro comercial El Gran San y por medio de su página de Instagram.



**Figura 2.** Ubicación de Altraves Urban  
*Nota.* Mapa tomado de Google maps

## 2. *Visión*

Lograr en el 2024 ser la marca urbana latina líder en diseño y en ventas, al por mayor y al detal en el mercado nacional e internacional. Democratizando la moda en lugares impensados.

### 4.1.2. *Misión*

Somos una comunidad que democratiza la moda y le brinda la mejor atención a nuestros clientes mayoristas y minoristas, ofreciéndoles prendas de vestir con un flujo constante de diseños vanguardistas, inspirados en las mejores casas de moda a nivel mundial, con calidad y a un precio justo

## 1.4. Estructura Organizacional

**Gerente general:** Acuerda y firma los contratos que se celebran con los satélites y el punto físico de la marca. Antes de celebrar cualquier contrato, el gerente debe asegurarse de que las condiciones y obligaciones establecidas en el mismo sean justas y que la empresa esté en condiciones de cumplir con los términos y plazos establecidos por la parte contratante. Para esta finalidad, el gerente general se encarga de contratar al personal necesario para llevar a cabo cualquier proyecto.

**Subgerente:** Supervisa todos los asuntos financieros de la empresa, así como los relacionados con la productividad de los empleados. También establece y mantiene buenas relaciones con los clientes. Verifica que los proyectos de traducción sean factibles en términos de

plazos y utilidad para la empresa y asume el rol y las funciones del gerente general en caso de ausencia. Otras tareas emprendidas por el subgerente incluyen la programación de horarios de trabajo de los empleados y la resolución de problemas relacionados con la entrega y distribución de las prendas, tanto a nivel de punto físico como envíos nacionales e internacionales.

**Asistente administrativa:** Trabaja de la mano con el gerente, el subgerente y la coordinadora de proyectos para garantizar el cumplimiento de los términos y condiciones de las órdenes de trabajo. Es la persona que tiene mayor contacto con los clientes siendo el primer y último canal de comunicación entre las partes, bien sea en persona, por correo electrónico o por teléfono. La asistente administrativa debe escuchar atentamente las solicitudes del cliente, registrarlas y comunicarlas a la Diseñadora. Al mismo tiempo, es parte de su labor asistir al subgerente en las labores administrativas encomendadas.

**Diseñadora:** Saber y conocer cuáles serán las tendencias a futuro, diseñar y crear prendas de vestir que se adapten la identidad de la marca con coherencia y rentabilidad, ser capaz de plasmar gráficamente sus ideas, mediante bocetos y transmitirlos con eficacia, trabajar de la mano con la gerencia para la óptima selección de materias primas, tejidos y fornituras. Debe estar al tanto de la competencia, para poder ofrecer un producto competitivo.

**Asistentes de producción:** Aliado y último filtro que trabaja de la mano con el diseñador, Realizar el corte de textiles de acuerdo con las piezas u moldes dados, teniendo en cuenta las especificaciones de cada textil y molde. Revisar las prendas cuando salen de producción (confección) finiquitando temas como estampación, accesorios decorativos como funcionales, estos últimos se unen con el asistente administrativo y diseñador para poder entregar

un excelente producto al último eslabón de la cadena y que se cumplan todos los requerimientos preestablecidos.

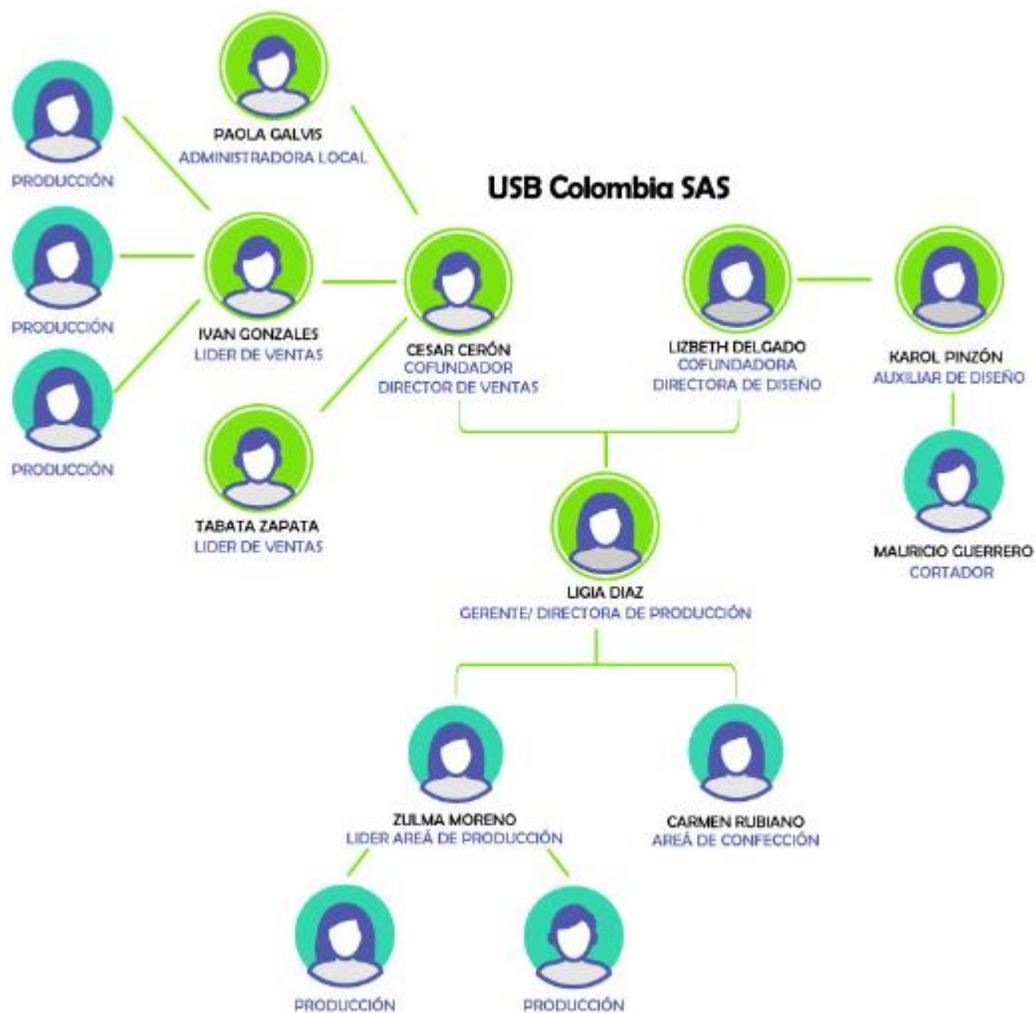


Figura 3. Esquema organizacional de Altraves Urban

## 2. La Pasantía

### 2.1. Información general de la pasantía

#### 2.1.1. *Función de la pasante*

1. El proceso de diseño y producción se compone de una serie de pasos previamente coordinados en los que intervienen diferentes partes (ver Figura 5 y Figura 6). Las funciones del pasante en Altraves Urban comprende principalmente las actividades que se nombran a continuación:
2. Asistente del área de diseño, esto comprende la realización de investigaciones (tendencias, textiles, accesorios).
3. Llenar fichas técnicas existentes (dibujo a plano y costos de producción)
4. Asistencia a operario de corte.
5. Corte de muestras físicas
6. Conteo de corte de prendas e insumos y entrega de producción a satélites.
7. Compra de insumos para muestras
8. Diseño de prendas exteriores para nuevas colecciones

#### *i. Cronograma de actividades*

Debido a que la función del pasante esta principalmente en el área de producción, las actividades diarias no variaron significativamente y en consecuencia, no había un cronograma de las mismas, pero sí un registro de tareas diarias.

A continuación, se presenta el registro de actividades realizadas por la pasante durante todo el período de la pasantía.

**Tabla 1.**

*Registro de actividades realizadas*

DIA	HORA	ACTIVIDADES
1/3/2021	7:00 AM - 5:00 PM	Realizar fichas tecnicas
		Diseños de estampados
2/3/2021	7:00AM- 5:00 PM	Realizar muestra de falda prensada
		Desempapelar diseños para estampados
3/3/2021	7:00AM - 5:00 OM	Plotear muestra de short
		Diseños de estampados
		desempapelar diseños para estampados
		Entrega de muestra de falda
4/3/2021	7:00AM-5:00PM	fichas tecnicas desempapelar
5/3/2021	7:00 AM-5:00PM	Desempapelar
		Diseños de nueva coleccion
6/3/2021	8:00AM - 1:00 PM	Produccion, corte
8/3/2021	7:00AM- 5:00 PM	Corregir muestra de pana
		Desempapelar
		Fichas tecnicas
9/3/2021	7:00AM - 5:00PM	fichas tecnicas
		Organizar muestras de Jean
10/3/2021	7:00AM - 5:00PM	plantillas de jean
		desempapelar
11/3/2021	7:00AM - 5:00PM	cortar muestras
		fichas tecnicas
12/3/2021	7:00AM - 5:00PM	entrega de muestra de pana
		desempapelar
13/3/2021	8:00AM - 1:00PM	cortar muestras de nueva coleccion
14/3/2021	7:00AM - 5:00PM	Produccion, doblado

15/3/2021	7:00AM - 5:00PM	cortar muestras de nueva coleccion
16/3/2021	7:00AM - 5:00PM	fichas tecnicas ,desempapelar
17/03/2021	7:00AM - 5:00PM	desempapelar
18/03/2021	7:00AM - 5:00PM	comprar tela para muestras
		desempapelar
19/03/2021	7:00AM - 8:00PM	desempapelar, produccion corte
20/03/2021	8:00AM- 1:00PM	entrega de corte de jeans, produccion bodega
23/03/2021	7:00AM- 4:30 PM	Organizar corte de perchado
24/03/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas, aslistar insumos para muestras fisicas
25/03/2021	7:00AM-5:00PM	Oraganizar corte de jean, cortar muestra en drill
26/03/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas, recoger muestras de sublimados
27/03/2021	8:00AM-1:00PM	Fichas tecnicas,organizar corte de jean,colaborar en bodega
29/03/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas,organizar corte, colaborar en bodega
30/03/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas,organizar corte e insumos,colaborar en bodega
31/03/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas,organizar corte e insumos.
05/04/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas, Organizar cortese insumos, llevar capotas a ojalado
06/04/2021	7:00AM-5:00PM	Fichas tecnicas, Organizar cortese insumos, llevar capotas a ojalado
07/04/2021	7:00AM-5:00PM	Colaborar en entrega de jean, fichas tecnicas, entrega de corte
08/04/2021	7:00AM-5:00PM	entrega de corte a satelites y fichas tecnicas
09/04/2021	7:00AM-5:00PM	Organizacion de temas de investigacion, fichas tecnicas
10/04/2021	8:00 AM-1:00PM	Retroalimentacion de investigacion
12/04/2021	7:00AM-5:00PM	Exposicion de nuevas tendencias, area de corte
13/04/2021	7:00AM-5:00PM	entrega de corte, nuevas fichas de prendas nuevas
14/04/2021	7:00AM-5:00PM	confeccion de muestras fisicas para nueva coleccion
20/04/2021	7:00AM-5:00PM	Diseño de prendas para nueva coleccion
21/04/2021	7:00AM-5:00PM	Entrega de fichas tecnicas y colaborar en bodega
22/04/2021	7:00AM-5:00PM	Entrega de fichas tecnicas y colaborar en bodega
23/04/2021	7:00AM-5:00PM	entrega de fichas tecnicas, organizacion de nueva coleccion prendas

## 2.2. Objetivos de la pasantía

Anexo las imágenes de algunas de las fichas técnicas realizadas en el proceso de la pasantía.

FICHA TÉCNICA PRODUCCIÓN												
NOMBRE COLECCIÓN			NEW 2021				FECHA					
TIPO DE PRENDA			DENIM AZUL RIGIDO									
REFERENCIA			THE 90'S				SATELITE					
TALLAS			6 68 8 68 10 34 12 34									
TELA			INDIGO BOTICHELLI				UNIDADES		204			
INSUMOS						SERVICIOS ADICIONALES						
MARQUILLA	X	1	OJAL	X	1	EMBONE		CORTE	X			
INSTRUCCIONES DE LAVADO	X	1	CREMALLERA	15CM	T6-8	GARRA	X	1	CONFECCION	X		
PLAQUETA	X	1	CREMALLERA	17CM	T10-12	ELASTICO			SUBLIMADO			
PUNTERA			BOTON	X	1	PARCHE			ESTAMPADO	X		
TANCA			BROCHE			HILO CAUCHO			HACER OJAL			
									BOTONADO			
									MANUALIDAD			
									PONER CADENA			
ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN												
-CERRAR EL PANTALON DE ABAJO HACIA ARRIBA INCLUYENDO LA ENTREPIERNA (OJO NO EN U)												
-Poner la pretina con folder												
-Hacer la cotilla y tiro en cerradora												
-Pegar marquilla pretina después del proceso.												
-Hacer abertura en bota.												
-Pegar los pasadores sobre cotilla y reboque delantero.												
-Hacer la presilla blanca en donde va la presilla del bolsillo y otra abajo, en negro												
CONFECCIONAR CON HILO 4310												
COLORES												
TALLA 6	TALLA 8	TALLA 10	TALLA 12									
M-68	M-68	M-34	M-34									

FICHA TÉCNICA COSTOS											
DESCRIPCIÓN	BUSO CLASICO			TALLAS				FECHA			
REFERENCIA	BEATLES			S	65	M	L	CLIENTE	ALTRAVES		
COLORES	M	L	T								U TOTAL
NEGRO	65		65								65
AZUL											
GRIS OSCURO											
INSUMOS	UNIDADES X PRENDA	TOTAL X PRENDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL							
TELA AMARETO	1.56MTS	101.4MTS									
TELA RIB ATENEA	0.15 MTS	9.75MTS									
MARQUILLA	1	65									
INSTRUCCIONES DE LAVADO	1	65									
CORDON LETRAS	1 X 1.30MTS	84.5MTS									
PUNTERA	2	130									
TANCA	2	130									
OJAL	2	130									
ARO											
BOTON											
BROCHE											
ELASTICO 2,5CM											
EMBONE											
HILADILLO											
SERVICIOS ADICIONALES											
PATRONAJE	X										
TRAZO	3.13MTS										
PLOTTEO	3.13MTS		2000	6.260							
CORTE	65		200	13.000							
CONFECCION	65		2300	149.500							
ESTAMPADO											
OJAL											
SUBLIMACION											
MANUALIDAD											

### 2.1. Objetivo general

Asistir en el área de diseño y producción a la empresa **ALTRAVES URBAN** apoyando a la mejora de la efectividad en diferentes áreas (como lo son producción, corte y embalaje de piezas para satélites, la realización de fichas técnicas, y entrega de cortes a satélites) apoyando la solución de posibles mejoras para el aprovechamiento del tiempo y el personal siguiendo las pautas para solucionar las disyuntivas de estilo que se presentan con mayor frecuencia en el desarrollo de las actividades realizadas.

## **.2.2. *Objetivos específicos***

- Organizar y estar al pendiente de los cortes realizados durante el día y entregar con los respectivos insumos de confección a los satélites.
- Diseñar prendas para nuevas colecciones y realizar el respectivo corte para muestras.
- Llenar las fichas técnicas de las prendas correspondientes.

## **3. Identificación del problema**

ALTRAVES URBAN es una marca de ropa urbana que poco a poco se ha ido posicionado en el mercado y, en consecuencia, el número de colaboradores involucrados en el proceso de desarrollo de diseños ha aumentado. En dicho crecimiento se ha observado que un público potencial se está dejando de lado (las personas de tallas grandes que están interesadas en las prendas, pero por su morfología no entran en el mercado de la marca) se vuelve entonces necesario que dicha área pueda estructurar procesos que garanticen que este mercado pueda encontrar en la marca un diferenciador y en la cual pueda sentirse identificada, tanto en la calidad y aprobación en los diferentes proyectos de diseño, el tema de la visibilidad de la marca es un poco complejo ya que aunque estamos en una era 100% digital en este caso en particular los movimientos (monetarios) de la red social INSTAGRAM, cabe aclarar que es la única red social por la cual se puede comunicar el potencial cliente con la empresa, es demasiado bajo para lo que una marca ya constituida durante 5 años podría alcanzar. La falta de comunicación interna en ciertos casos (la ubicación de estampados, tipografías, sublimados, etc.) es evidente que se crea confusión entre los miembros del equipo, disminuye

la efectividad y asertividad que se debe tener a la hora de generar nuevos ingresos y fidelización con la marca con clientes.

### 3.1. Descripción del problema

Para un marca como ALTRAVES URBAN que tiene definido su nicho de mercado es difícil que pueda abrirse a una nueva construcción de mercado objetivo, pero cuando se habla de nichos quiere decir que se fijan en estilos de vida, gustos, siluetas, redes sociales, etc. pero es aquí donde entra la problemática; ya que si hay un posible cliente con un cuerpo fuera de las siluetas establecidas pero dentro del mismo mercado y quiere adquirir alguna de las diferentes prendas que se elaboran y comercializa la marca ALTRAVES URBAN no puede hacerlo ya que su estructura morfológica no corresponde a la que la marca está acostumbrada. Y es claro que desde sus inicios la marca tiene bases y/o siluetas establecidas y muy marcadas: pero es bueno darle la oportunidad a un posible cliente enamorado de la marca, pero sin oportunidad de fidelizarse con la misma, esto conlleva a que a competencia si sepa aprovechar esta problemática y se “robe” los clientes, teniendo mayor acogida y posicionamiento en el mercado.

Cada diseñador implementa en su trabajo los conocimientos, competencias, actitudes, experiencias y estilos característicos de cada uno; esta diversidad de pensamiento hace lograr que la marca sea de tipo global y estas fortalezas son las que hay que aprovechar, así como también se deben aprovechar los diferentes medios de distribución de las prendas a parte de su punto físico.

*“Tendrás una vida interesante si usas ropa más impresionante”. Vivienne*

*Westwood*

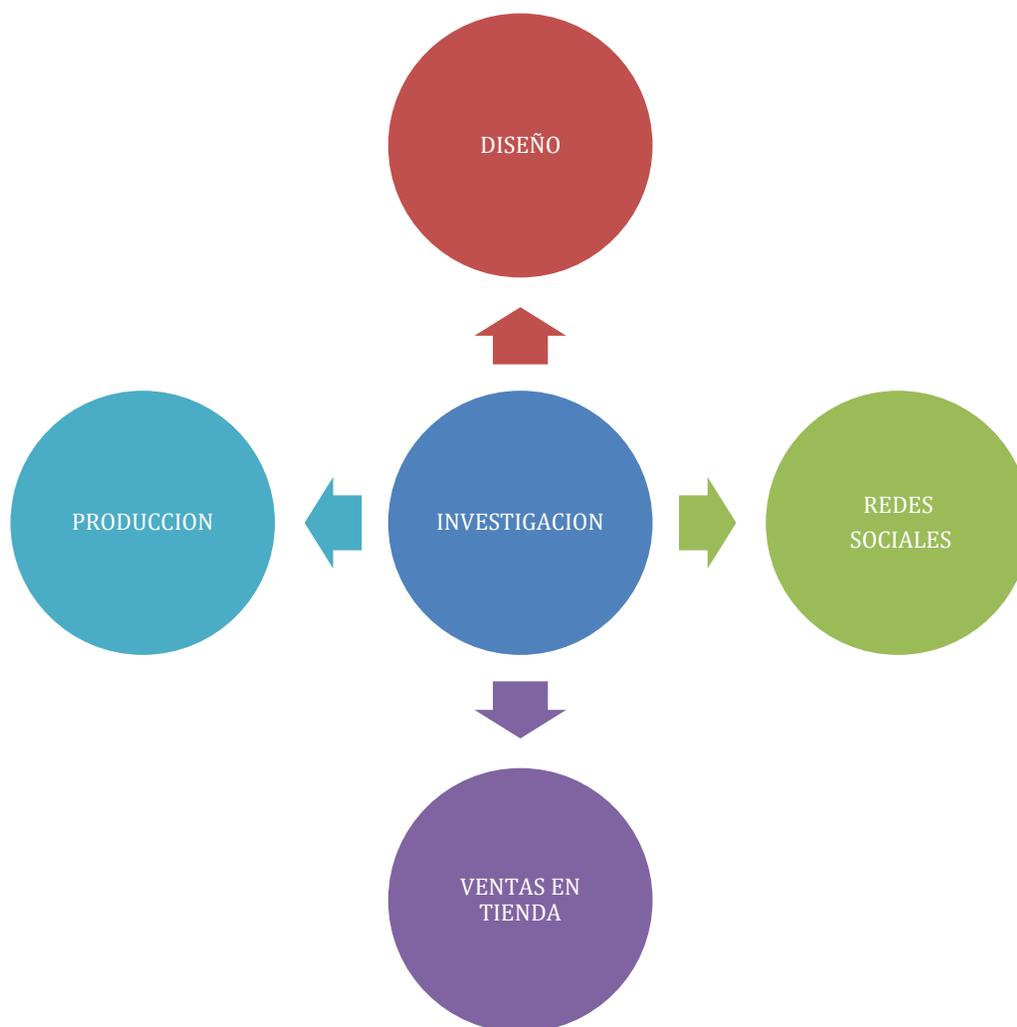
### 3.2 Diagnóstico de la empresa

Los proyectos de diseño de gran volumen de prendas difícilmente pueden ser realizados por un solo diseñador y es inevitable el tener que recurrir a la colaboración de un grupo de asistentes de diseño que trabajen simultáneamente para así cumplir con los cortos tiempos de entrega que se establecen con los jefes y/o clientes. Es allí donde surgen las mayores dificultades en el diseño y producción debido a que un grupo de personas con diferentes competencias, habilidades y criterios deben trabajar juntas para sacar adelante la colección contando una misma historia. Sin un proceso estructurado que posibilite la toma de decisiones asertivas en el momento en que se presentan los desafíos de diseño, desde el más esencial como es conocer el punto de inspiración, teniendo claro cuáles son las tendencias que vienen, más que las que ya están, el diseñador debe tener la aptitud de encontrar tendencias y plasmarlas en las diferentes colecciones que llegan con la moda fast fashion. Facilitándole por parte de la empresa las herramientas básicas para concluir con colección tras colección generando un impacto favorable cada que la producción salga a tienda.

ALTRAVES URBAN es una marca de ropa urbana que realiza el diseño y corte de las prendas y terceriza la confección, hoy en día está pasando por una serie de mejoras a nivel interno y gracias a ellas se está trabajando de una manera más organizada, reorganizando el personal y dándoles sus funciones concretas a cada uno para la mejora y eficacia tanto del área administrativa como la de producción, teniendo en cuenta los tiempos y diferentes tareas ya asignadas con anterioridad, Estas reorganizaciones van en pro del crecimiento de la empresa.

### 3.1.1. Proceso de diseño y producción

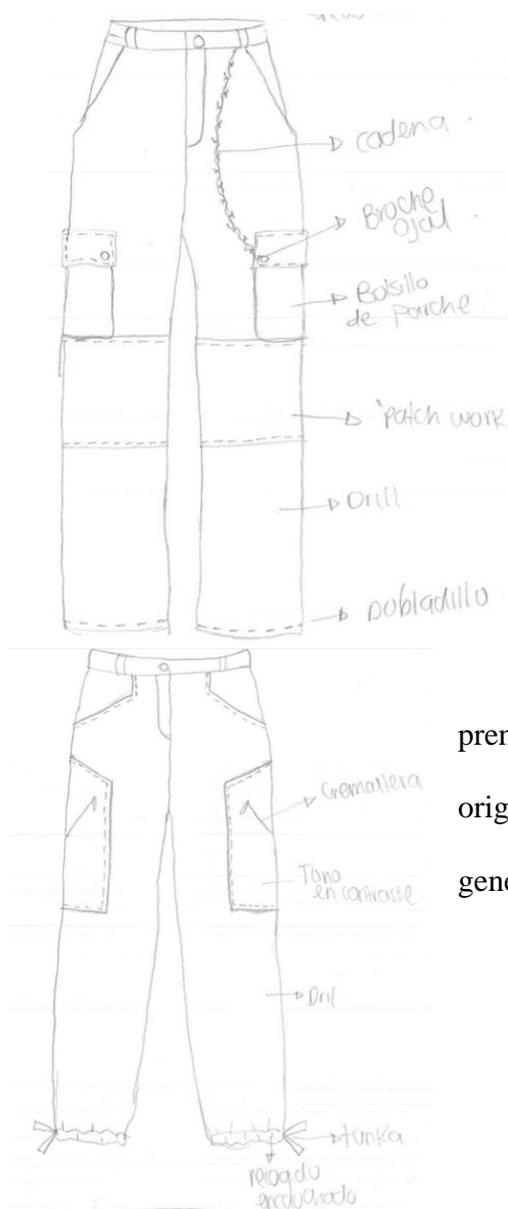
El proceso de diseño y producción va encadenado a la solución de un problema que como marca debe crear y dar la solución a este. El diseño es la parte artística, mientras que la producción es un poco más administrativo ya que así como genera ganancias puede crear pérdidas y es lo que se evita aunque uno depende del otro, las responsabilidades son de cada uno.



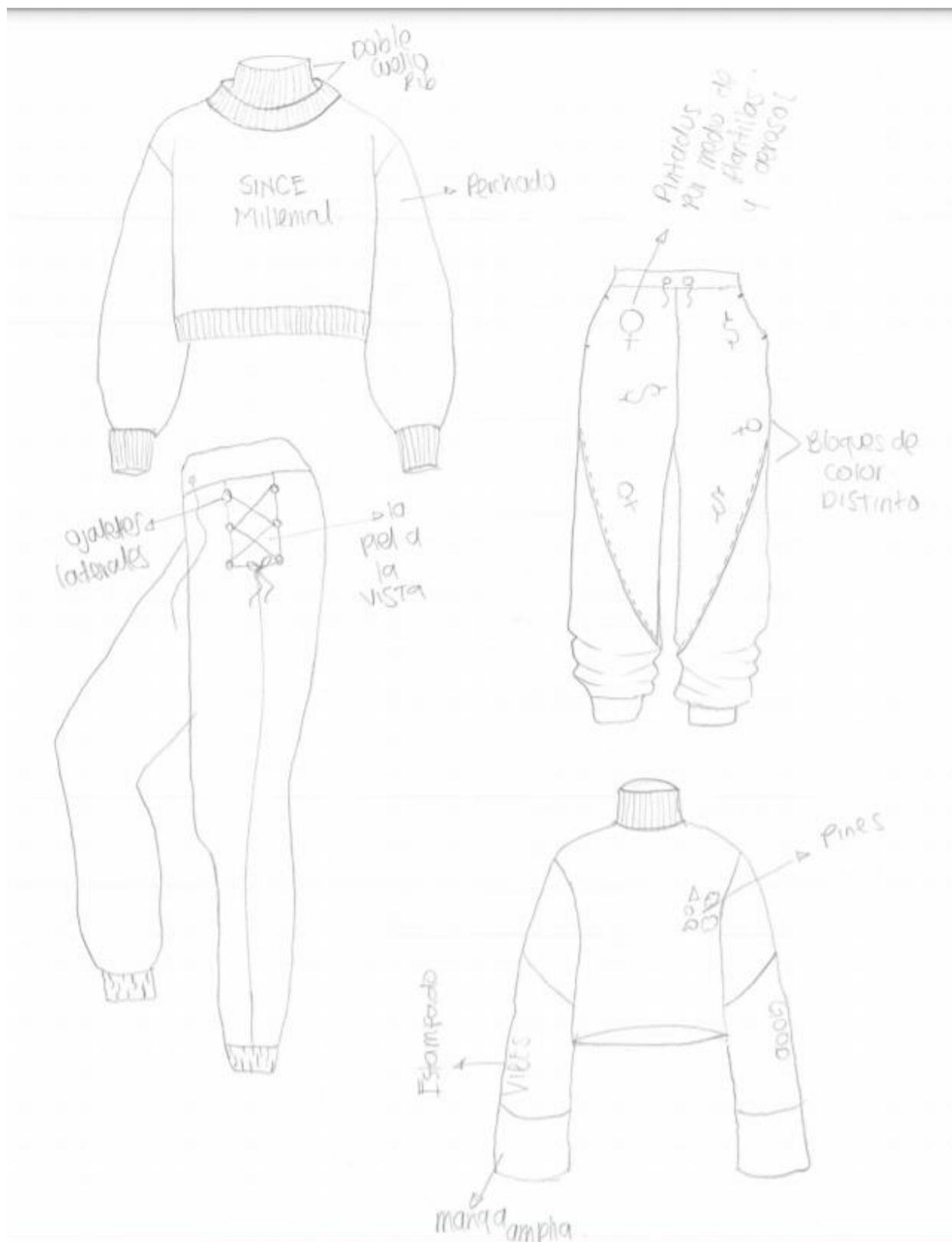
**Figura 4.** Procedimientos iniciales de diseño y producción

En una segunda fase se hacen las correcciones y retoques finales del diseño para poder enviarlo a corte. Lo que se quiere dar a entender es que no se hará ninguna función de más en el área de producción y solamente sería una investigación para la integración de nuevos tallajes (diseño) pero no viene siendo una actividad más o fuera de sus funciones preestablecidas

### 3.1.1 proceso de bocetacion



Se realizo una investigación referente a los años 90's que en ese momento era el tema de inspiración, la bocetacion va de la mano con la inspiración, pero dándole el toque urbano que identifica la marca, llevando claramente la propuesta de mejora que es el realizar diseños con los cuales las personas de tallas grandes se puedan sentir identificadas con la marca. En este caso realice prendas un poco mas largas de lo acostumbrado por la marca, dándole así mas seguridad a las clientas de tallas grandes, sin necesidad de usar prendas XL o XXL, sino con siluetas mas parecidas a las originales, dándoles cortes en delanteros que a nivel visual generan delgadez en esta área.



### 3.12 Posibles causas de las inconsistencias en el proceso de diseño y pagina web

A fin de identificar posibles causas para la problemática en tallajes, y el porqué de la baja en ventas de redes sociales se realizó el siguiente diagrama:

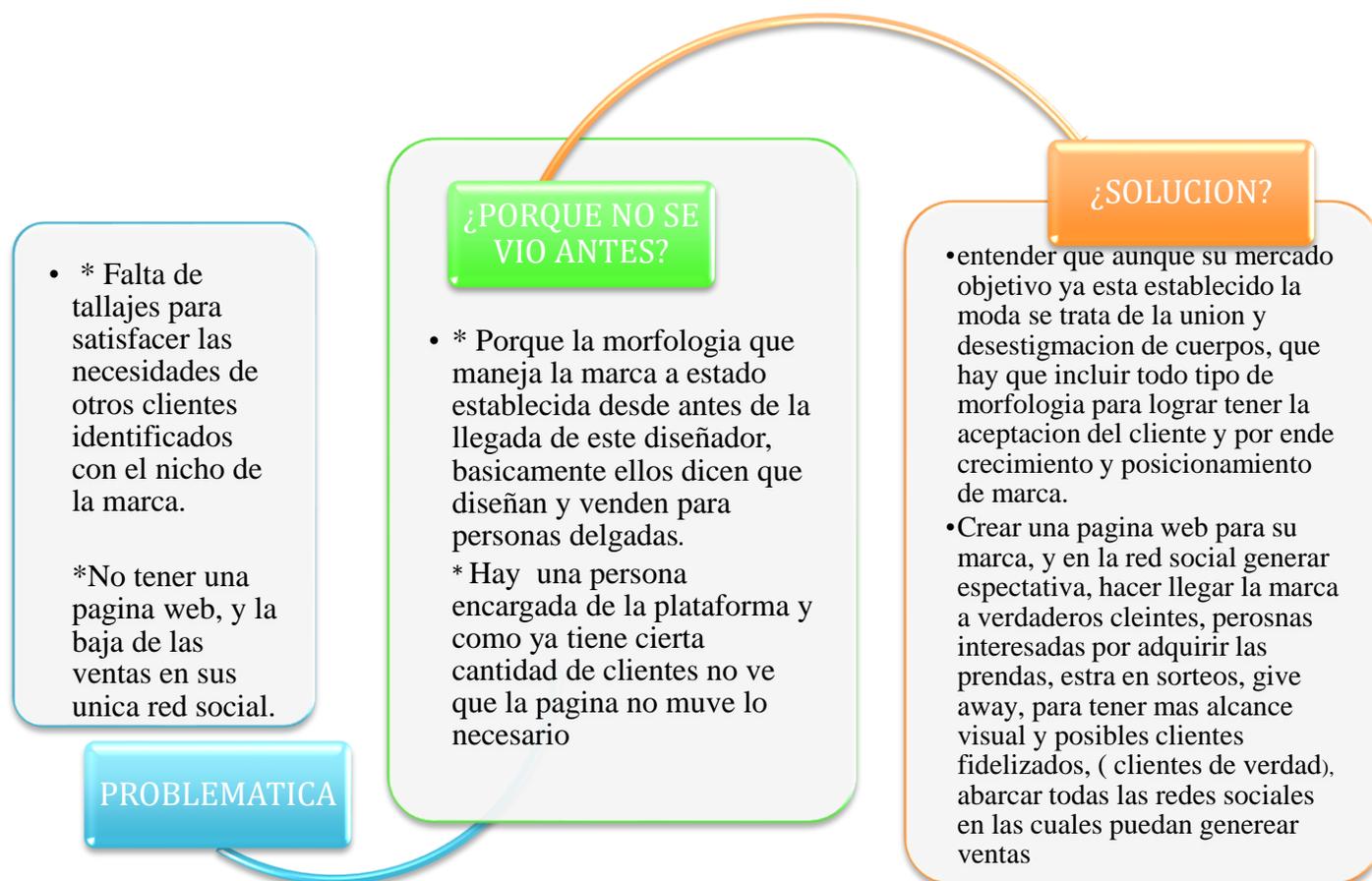
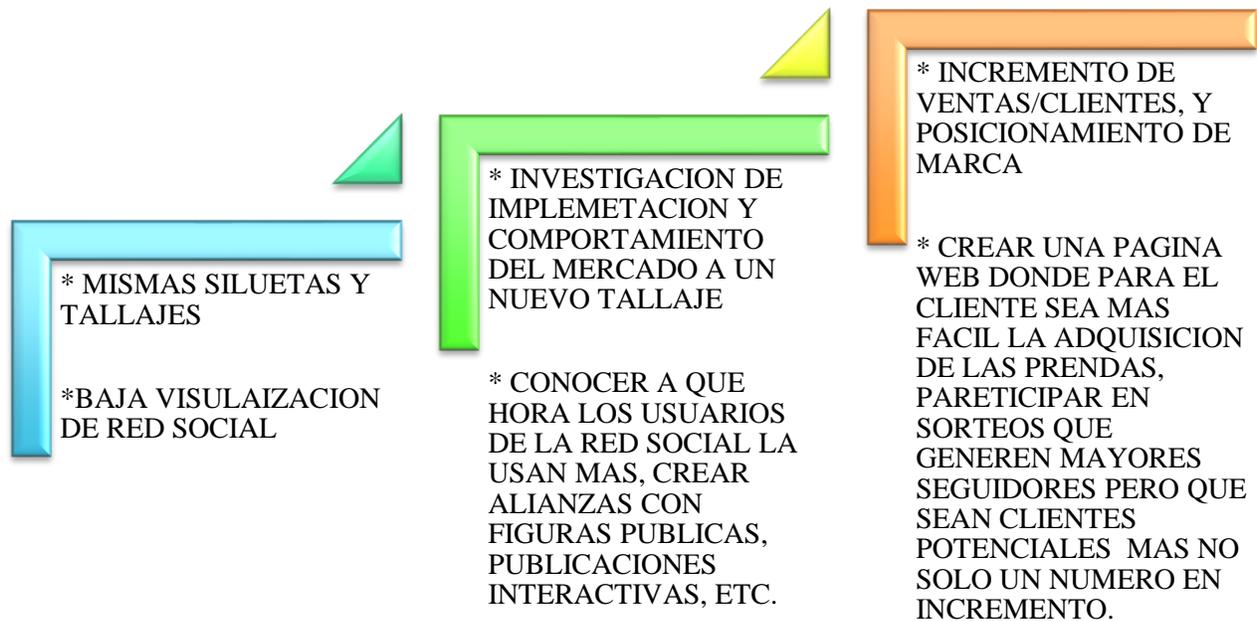


Figura 5. Diagrama causa-efecto

### 3.1.3. Posibles soluciones para reducir el número de inconsistencias

Tabla 2.

*Análisis de problemas y planteamiento de posibles soluciones*



#### *3.1.4. Evaluación de soluciones*

La anterior tabla enmarca las soluciones planteadas al problema de diseño, tallajes y red social identificado en ALTRAVES URBAN. Una vez generadas estas soluciones, es necesario evaluar cuál de ellas es la más pertinentes en términos de efectividad, relación costo-beneficio y factibilidad. A continuación, se presenta el análisis de estas posibles soluciones:

Tras realizar el análisis de cada posible solución al problema de inconsistencias investigadas en la empresa se evidencian posibles soluciones en el cuadro a continuación

**Tabla 3.**

*Análisis de posibles soluciones*

<b>POSIBLE SOLUCIÓN</b>	<b>EFFECTIVIDAD</b>	<b>RELACIÓN COSTO-BENEFICIO</b>	<b>FACTIBILIDAD</b>
<b>TALLAJES GRANDES INCLUYENTES</b>	Cuando llegue un cliente nuevo y vea que la marca es inclusiva, la marca va a tener mayor recordación y más acogida por los nuevos clientes, ya que son prendas con diseño y con tallajes incluyentes.	Puede ser que los costos se aumenten, pero el beneficio va a ser mayor ya que si tiene mayor diversidad más personas conocen la marca y compran.	En el momento en que la marca incluya tallajes en donde los compradores si se sientan a gusto e identificados va a ser un negocio factible tanto a nivel nacional como internacional, teniendo acogida y por ende mayor responsabilidad.
<b>PAGINA WEB INGRESAR A TODAS LA REDES SOCIALES EN LAS CUALES LOS POSIBLES CLIENTE Y NICHOS SE ENCUENTRAN</b>	Estamos en una era digital donde todo se mueve por las redes sociales y con tema de pandemia aún más, si por el lugar físico no se puede llegar al cliente hay que contarle una historia con la cual se sienta identificado y por	El costo es mínimo frente a la ganancia/beneficio que tendría la marca cuando sus redes sociales se mueven y generan efectividad en ventas y por ende en producción.  El tener una página web, catapultará aún más la marca ya que el	Una marca guiada por el internet y como se mueve el mundo es una marca pionera en moda, las redes sociales ayudan a esto, dándoles puntos a favor y recordación de marca.  Con estas herramientas

ende se case con la marca	cliente no debe pasar por diferentes filtros por lo cual si pasa por una red social (Instagram) en la página web ya se tienen establecidos diferentes puntos y el cliente va a la fija.	también se crea una afinidad con el cliente cibernauta, ya que dependiendo de la experiencia en estas se verá reflejado en las ventas y vociferación que tenga la marca entre las mismas redes.
---------------------------	---	---

### 3.2. Solución propuesta

4. Tallajes grandes en prendas tanto inferiores como superiores (desde las tallas S y M, hasta la talla L) resaltando la evaluación a tallas, es decir que si correspondan las marquillas con los contornos establecidos de dichas tallas.
5. Prendas más estructuradas como chaquetas con forro, si se tiene bolsillo que sean funcionales, realizar test de transparencia en las telas para jogger's)
6. Manejo de redes sociales INSTAGRAM, crear una página en Facebook u otras redes sociales en las que tengan mayor visibilidad, creación de Página WEB

## 4. Aporte a la Empresa

### 4.1. Logros

El principal logro de la pasante durante la pasantía en ALTRAVES URBAN fue el de colaborar en el proceso inicial de diligenciar las fichas técnicas sirviendo como apoyo al reducir la carga laboral de la diseñadora en temporadas de alto flujo de trabajo. De esta manera, pese a que en la

etapa inicial de la pasantía fueron bastantes las preguntas que surgieron, con el paso de los días y el desarrollo del trabajo se hizo más clara la función a realizar y en consecuencia fue mucho más sencillo contribuir con el diligenciamiento de estas y de mejor calidad.

Otro de los aspectos a resaltar en lo que respecta a la consecución de los logros, fue el poder observar las dificultades que se presentan en la compañía en el proceso organizativo ya que las funciones establecidas no eran claras para cada trabajador así que todos hacían de todo al tiempo, con el paso del tiempo y la experiencia práctica diaria puso en evidencia aspectos relevantes que debían mejorar para hacer de este proceso uno más productivo así que a la pasante se le puso como función la realización de fichas técnicas, corte de muestras físicas, estar al pendiente de cortes de producción y entrega a satélites, como diseños de nuevas colecciones. Debido al bajo ritmo en el que se producían las fichas técnicas se generaba un atraso en el área administrativa, y el proceso de muestras físicas, la optimización de procesos ha sido considerada desde el área administrativa de la empresa como un factor relevante de mejora continua, razón por la cual, se hizo posible analizar detalladamente el proceso para sugerir una mejora en las prendas (tallajes) que permita de manera costo-efectiva aumentar el mercado potencial de la marca.

#### **4.2. Alcance de la pasantía**

1. La pasantía comprendió un periodo total de 320 horas laboradas en un horario de 8 horas diarias de lunes a viernes. Y sábados de 5 horas
2. La pasante tuvo la función de apoyar al equipo de diseño y producción en el proceso inicial con los cortes de muestras, envíos a satélites, hasta el periodo final de revisado y entrega al local.
3. Además, realizó otras actividades de apoyo en el área administrativa según se consideró necesario.

4. También llevó a cabo un análisis de la empresa y aplicando su conocimiento propuso una solución al problema detectado.
5. Insistencia para la creación de la PAGINA WEB <https://altraves.com.co/>

### **4.3. Limitaciones**

La comunicación es un elemento fundamental para el buen funcionamiento de cualquier organización. Un aspecto que limitó en cierto modo el desempeño de la pasante durante la pasantía está directamente relacionado con la comunicación interna. La naturaleza de la marca es resaltar la mujer flaca, delgada y por ende el trabajo o la aceptación de las nuevas siluetas sea un tema complicado, el proceso de diseño requiere de directrices claras para garantizar que no se pierda tiempo valioso por un malentendido en una instrucción dada o por falta de estas; sin embargo, estas directrices a veces no son claras y por tanto obstaculizan el buen desempeño del personal.

### **Conclusiones**

Además de poner en práctica los conocimientos y habilidades en el área de diseño y producción de prendas de vestir, la pasantía también permitió la aplicación de conceptos administrativos que condujeron a la pasante a realizar el diagnóstico de la empresa en lo referente a la optimización de procesos. Para este fin se realizó un análisis en siluetas, tallas, y manejo de redes sociales permitiendo ver que el nicho de mercado está bastante sesgado en la marca ALTRAVES URBAN y por consiguiente las ventas también.

Cuando se tiene claro que no solamente se debe satisfacer la necesidad sino también generarla es donde entra el tema de marketing y es que la llegada al público hoy en día es digital, es atraerlo y mantenerlo dando una misma historia siempre.

En la marca la pasante pudo adquirir conocimientos que no se ven en la academia pero que son “requisitos” para poder mantener una empresa a flote y siendo competitiva

El trabajo en conjunto con directivas, diseñadora y marketing nos llevó a ver que la ampliación de mercado es un tema importante que como marca hace la diferencia de cómo se enseña la historia como empresa y como se la transmito a mis clientes. La inclusión es un tema difícil pero que hay que saberlo afrontar y demostrar que la moda es para todo el mundo y que no tiene estereotipos para poder portarla.

### **Recomendaciones**

A las directivas como tal incentivar al talento humano, ya que la desmotivación se ve reflejada en las prendas al momento de llegar a la tienda (se envían prendas con malos terminados, manchadas, etc.,) en algunos casos haciendo salvedad.

Revisar el calibre de los textiles ya que en el caso de los jogger ya sea en tonos claros u oscuros se transparenta el textil y por ende baja la calidad y puede ser que las ventas también; entonces hay que tener presente como se comportara el textil ya confeccionado.

Empoderar a la marca y demostrarle a la competencia que la inclusión es un tema del diario vivir y que es de máxima importancia, el manejo de las redes sociales es vital y más aún en época de confinamiento, hay que crear la necesidad y saber cómo satisfacerla.



## Glosario

<b>Diseño</b>	Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos. Actividad creativa y técnica que consiste en idear un objeto para que sea producido en serie por medios industriales.
<b>Moda</b>	Conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un período de tiempo determinado.
<b>Marketing</b>	Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.
<b>Producción</b>	Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.
<b>Adquisición Herramientas</b>	Acción de adquirir. Conjunto de instrumentos que se utilizan para desempeñar un oficio o un trabajo determinado.
<b>Fichas técnicas</b>	documento que describe las características principales, la composición y las aplicaciones de un producto, aportando información detallada sobre los aspectos del mismo.
<b>Redes sociales</b>	estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

## WEBGRAFIA

[file:///C:/Users/57321/Downloads/Mision%20y%20Visio%CC%81n%20de%20usb%20indus try%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/57321/Downloads/Mision%20y%20Visio%CC%81n%20de%20usb%20indus try%20(2).pdf)

[USB COLOMBIA S.A.S](#)

[ALTRAVES URBAN](#)

<https://www.google.com/maps/search/ALTRAVES+URBAN/@4.7350433,-74.1128768,14.11z>