



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN – TESIS DE GRADO

AUTORES: DENNYS LORENA PÉREZ SILVA
MARTHA CATALINA OSPINA HERNÁNDEZ

FACULTAD DE INGENIERÍAS

PLAN DE ESTUDIOS DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

DIRECTOR: GUSTAVO ADOLFO ALVAREZ REYES

TITULO DE LA TESIS ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA DE ACCESORIOS DE MODA FEMENINA (BALACA, BAMBA, CINTURÓN, TIRA DE SOSTÉN) EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CUCUTA

RESUMEN

El impacto cultural que ha venido produciendo la moda, no sólo en la juventud, sino en personas de diversas edades ha llevado a que surjan una variedad de accesorios que conllevan a crear diseños llamativos y acordes con el vestir, dando así la oportunidad a que en el campo de la producción hayan microempresas competitivas que respondan a las exigencias del mundo de hoy. En el medio se encuentran los recursos para la producción de los diversos accesorios, tales como el talento humano disponible, la materia prima e insumos, la maquinaria y los centros de capacitación tanto a nivel oficial como privado (SENA, COMFANORTE, COMFAORIENTE y otras academias). De igual forma, por ser Cúcuta una ciudad netamente comercial se cuenta con demanda alta de estos accesorios que permita el desarrollo de la microempresa a crear.

CARACTERISTICAS

PAGINAS_236_ PLANOS____ ILUSTRACIONES _____ CDROM_1__

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA DE
ACCESORIOS DE MODA FEMENINA (BALACA, BAMBA, CINTURÓN, TIRA
DE SOSTÉN) EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CUCUTA**

**DENNYS LORENA PÉREZ SILVA
MARTHA CATALINA OSPINA HERNÁNDEZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PLAN DE ESTUDIOS DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2005**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA DE
ACCESORIOS DE MODA FEMENINA (BALACA, BAMBA, CINTURÓN, TIRA
DE SOSTÉN) EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CUCUTA.**

**DENNYS LORENA PÉREZ SILVA
MARTHA CATALINA OSPINA HERNÁNDEZ**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniero de
Producción Industrial**

**Director
GUSTAVO ADOLFO ALVAREZ REYES
Ingeniero Químico**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PLAN DE ESTUDIOS INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2005**



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIA



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO

FECHA: Cúcuta, 24 de noviembre de 2005
HORA: 18:00
LUGAR: Laboratorio de Materiales Cerámicos
Plan de estudio: INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Título de la tesis: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y MONTAJE DE UNA MICROEMPRESA DE ACCESORIOS DE MODA FEMENINA (BALACAS, BAMBAS, CINTURÓN Y TIRA DE SOSTÉN) EN LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CÚCUTA"

Jurados: ZAIDEE JAHIEL GONZÁLEZ GARCÍA
ANA MILENA GÓMEZ SOTO
YENNI JOHANNA OVALLE MANTILLA

Director: GUSTAVO ADOLFO ALVAREZ REYES

Nombre de los estudiantes	Código	Calificación	
		Letra	Número
DENNYS LORENA PÉREZ SILVA	190275	Cuatro, cero	4,0
MARTHA CATALINA OSPINA HERNÁNDEZ	190289	Cuatro, cero	4,0

A P R O B A D A


ZAIDEE JAHIEL GONZÁLEZ GARCÍA

YENNI JOHANNA OVALLE MANTILLA


ANA MILENA GÓMEZ SOTO


Vo.Bo. FABIO ORLANDO SEGURA ESCOBAR
Coordinador Comité Curricular
Ingeniería de Producción Industrial

Jeannette C.

Avenida Gran Colombia No. 12e-96 B Colsag Tel. 5753515 - 5776655 Fax (97) 5771988
CUCUTA - COLOMBIA

A dios le doy gracias por permitirme culminar mi sueño.

A mi madre Asseneth por su apoyo, amor y bendiciones.

A mi padre que en el cielo esta, se que me acompaña y me da fuerzas para seguir adelante.

A mi hija Ana Maria que es la razón de mi vida.

A mi esposo Faber, hermanos y amigos por estar hay cuando los he necesitado.

A Margarita mi segunda madre.

A Lorena mi compañera de proyecto y amiga personal que me enseñó que la unión hace la fuerza.

Catalina

A Dios por ser mi guía espiritual y darme la fortaleza para lograr mis metas.

A mi mamá Gladis Zoraida, mi papá Nelson Omar, mis hermanos William Omar y Nelson David por brindarme su amor, su apoyo y estar a mi lado.

A mis abuelos, tíos, primos, amigos y personas que siempre creyeron en mí.

A mi novio Nicolás por iluminarme mi vida y llenarme de mucho amor.

A doña Myriam por su ayuda y apoyo incondicional hoy y siempre.

A mi compañera de tesis y amiga Catalina por querer juntas salir adelante.

Gracias por todo y que Dios me siga guiando para continuar soñando.

Dennys Lorena

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. GENERALIDADES	27
1.1 TITULO	27
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	27
1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA	28
1.4 JUSTIFICACION	28
1.5 OBJETIVOS	29
1.5.1 Objetivo general	29
1.5.2. Objetivos especificos	29
1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES	30
1.6.1 Alcances.	30
1.6.2 Limitaciones	30
1.7 DELIMITACIONES	30

1.7.1 Delimitación espacial	30
1.7.2 Delimitación temporal.	30
2. MARCO REFERENCIAL	31
2.1 ANTECEDENTES	31
2.1.1 Antecedentes empíricos	31
2.1.2 Antecedentes bibliográficos	31
2.2 MARCO CONCEPTUAL	32
2.3 MARCO TEÓRICO	36
2.4 MARCO LEGAL	38
3. DISEÑO METODOLÓGICO	41
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	41
3.2.1 Población.	41
3.2.2 Muestra	41
3.2.3 Tipo de encuesta	43

3.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION	43
3.3.1 Fuentes de información primarias	43
3.3.2 Fuentes de información secundarias	43
3.4 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	43
4. ESTUDIO DE MERCADO	45
4.1 DEFINICION DE LOS PRODUCTOS	45
4.1.1 Balaca	45
4.1.2 Bamba	45
4.1.3 Cinturón	45
4.1.4 Tira de sostén	46
4.1.5 Marca	46
4.2 COMPETENCIA	46
4.3 DEMANDA	47
4.3.1 Recolección de información	47
4.3.2 Análisis de resultados de la encuesta	48

4.3.3 Conclusiones del trabajo de campo	55
4.4 ESTIMACION DE LA DEMANDA	56
4.4.1 Media aritmética	57
4.4.2 Desviación Estándar	58
4.4.3 Coeficiente de Variación Gx	58
4.4.4 Resultados de estimación de la demanda	59
4.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	61
4.5.1 Medición de la competencia	62
4.5.2 Fortalezas y debilidades de la competencia	62
4.6 SEGMENTACION DEL MERCADO Y MERCADO META	63
4.6.1 Mercado meta.	63
4.6.2 Posicionamiento en el mercado	63
4.7 COMERCIALIZACION	64
4.7.1 Canales de distribución	64
4.7.2 Penetración en el mercado	64

4.7.3 Estrategia de comercialización	65
4.7.4 Ventajas competitivas	65
4.8 ESTRATEGIA DE PRECIOS	66
4.8.1 Objetivos de precios	66
4.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	67
4.9.1 Publicidad	67
4.9.2 Promoción	68
5. ESTUDIO TÉCNICO	69
5.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	69
5.1.1 Estudio de macrolocalización	69
5.1.2 Municipio de San José de Cúcuta	69
5.1.3 El municipio de Los Patios	78
5.1.4 Evaluación de los municipios	93
5.1.5 Estudio de Microlocalización	93
5.2 INGENIERIA DEL PROYECTO	96

5.2.1 Tamaño óptimo de la planta	96
5.2.2 Cantidades de producto	96
5.2.3 Manejo de inventarios	96
5.2.4 Cálculos de producción	96
5.2.5 Cálculos de requerimiento de materia prima	98
5.2.6 Ficha técnica de los productos	101
5.3 SISTEMAS DE PRODUCCION	106
5.3.1 Campo de aplicación.	106
5.3.2 Tipo de maquinaria	106
5.3.3 Secuencia del proceso	106
5.3.4 Desarrollo y naturaleza del proceso	106
5.3.5 Proceso de producción	107
5.4 MAQUINARIA Y EQUIPO	122
5.4.1 Descripción de la maquinaria y equipo	123
5.5 COSTOS DE PROCESAMIENTO	127

5.5.1 Costos de procesamiento de materia prima e insumos	127
5.5.2 Costo de servicio	131
5.6 DISTRIBUCION DE PLANTA	132
5.6.1 Distribución de planta en la microempresa de accesorios de moda femenina Sospinmodas Ltda.	133
6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	137
6.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	137
6.1.1 Razón social	137
6.1.2 Domicilio	137
6.1.3 Objetivos de la planta	137
6.1.4 Misión	137
6.1.5 Visión	137
6.1.6 Políticas	138
6.2 MARCO LEGAL	138
6.2.1 Estructura de la empresa	138
6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	139

6.3.1 Personal de la empresa	139
6.3.2 Organigrama	139
6.3.3 Manual de funciones	140
6.3.4 Sistemas de control	146
6.3.5 Principios corporativos	146
6.3.6 Costo del personal	147
7. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	149
7.1 ANALISIS ECONÓMICO	149
7.1.1 Inversiones	149
7.1.2 Gastos generales	150
7.1.3 Costos de producción	152
7.1.4 Gastos operacionales	158
7.2 ANÁLISIS DE COSTOS	160
7.2.1 Clasificación	160
7.3 PRECIO DE VENTA	163

7.4 INGRESOS POR VENTA	164
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.	165
7.6 ANALISIS FINANCIERO	170
7.6.1 Estado de pérdidas y ganancias	170
7.6.2 Flujo de caja	171
7.6.3 Balance general	173
7.6.4 valor presente neto y tasa interna de retorno	174
7.6.5 Análisis del valor presente neto	175
7.6.6 Razones financieras	176
7.6.7 Conclusiones de la evaluación económica y financiera	177
8. MONTAJE DE LA MICROEMPRESA	179
8.1 SITUACION ACTUAL DE LA MICROEMPRESA	179
8.2 PEDIDO INICIAL	181
8.3 PRESUPUESTO ACTUAL	182
8.4 MATERIA PRIMA INICIAL	182

8.5 PROVEEDORES	182
8.6 CONTRATACION	183
8.7 UBICACIÓN FISICA DE LA MICROEMPRESA	184
8.8 MONTAJE DE LA MAQUINARIA	185
8.9 ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	186
8.9.1 Ubicación física	186
8.9.2 Recursos del montaje del establecimiento	186
9. CONCLUSIONES	188
10. RECOMENDACIONES	190
BIBLIOGRAFIA	191
ANEXOS	192