

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FAC. DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



FERYKA
“EL MUNDO DE LOS NIÑOS”

PLAN DE NEGOCIOS
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

KARLA JANETH LOERA SÁNCHEZ

ENSENADA, B. C.

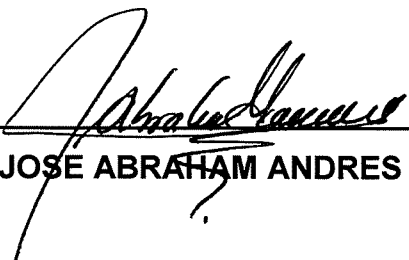
MARZO DE 2006

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de la Tesis: 
M. A. MARIA DE LOURDES SOLIS TIRADO

Aprobado por los integrantes del Sínodo:

1.- 
DRA. SHEILA DELHUMEAU RIVERA

2.- 
M. A. JOSÉ ABRAHAM ANDRÉS GÓMEZ GUTIERREZ

DEDICATORIA

A DIOS, en quien creo y tengo fe, por su apoyo a lo largo de mi vida, y especialmente durante la realización de este trabajo.

A mi esposo Fernando por su amor, comprensión y tiempo que me ha permitido apartarme de el, para el logro de mis metas.

A mis padres Manuel y Tere por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi trayectoria de formación educativa.

Y por ultimo y no menos importante a mis amigos y compañeros que de una u otra manera me han impulsado a continuar adelante

AGRADECIMIENTOS

Mi especial agradecimiento a la Maestra Lourdes Solís, por su dedicación al enseñarme las Finanzas, por sus ideas y la libertad que me brindo durante la realización de este trabajo.

Agradezco a mis maestros del programa de Maestría en Administración, por las diferentes formas de ver y pensar sobre el mundo de la administración.

Mi agradecimiento a la M.C. Ma. Guadalupe García y Lepe y al Oc. Roberto Pérez Higuera por su valioso apoyo durante la realización de mis estudios de maestría.

Mi gratitud a los revisores de tesis por sus valiosos comentarios durante la revisión del presente trabajo.

RESUMEN

En este documento se desarrollo el plan de negocios de una empresa que se dedicará a la venta de ropa infantil y juguetes, y proporcionará el servicio de estética para niños de 0 a 12 años, en un local ubicado en la ciudad de Ensenada, B. C. Al hablar de ropa infantil nos referimos a prendas tanto para niñas como para niños que incluyen tanto prendas de uso diario, como para eventos especiales como bautizos, primera comunión y ropa formal para eventos sociales. Además de la venta de ropa, el negocio contará con una juguetería que estará equipada con juguetes de aprendizaje, así como de juguetes de acción y diversión tanto para niñas como para niños tratando siempre de estar a la vanguardia y ofreciendo productos populares. Adicionalmente, el negocio contará con una estética especializada en niños que ofrecerá servicios de corte de cabello, peinados, maquillajes especiales así como servicios especiales cuando sea requerido.

En el presente plan de negocios se desarrolla la idea de ofrecer productos de marcas prestigiadas para niños, debido a que en la ciudad de Ensenada no existe actualmente una empresa del mismo giro que ofrezca estos productos con precios accesibles a la comunidad y variedad de estilos especiales para niños.

La venta de productos así como el servicio de estética estará principalmente dirigido a los niños, y en forma secundaria a los adultos; es decir, se ofrecerán algunas prendas para adultos y servicios en estética así como la envoltura de regalos. Se instalara un área especial para niños, donde esperaran a sus papas mientras estos seleccionan sus productos para sus hijos.

La ventaja competitiva que ofrece este plan es la novedad, ya que al momento de entrar al mercado con un concepto nuevo llamará la atención de la comunidad, este hecho se ha observado en el comportamiento de los consumidores al momento de la inauguración de negocios innovadores.

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoria	III
Agradecimientos	IV
Resumen	V
Introducción	1
Capítulo 1. Naturaleza del proyecto	3
1.1 Nombre de la empresa	3
1.2 Descripción de la empresa	3
1.3 Misión de la empresa	3
1.4 Objetivos de la empresa	4
1.5 Ventajas competitivas	5
1.6 Análisis de la industria o sector	5
1.7 Productor y/o servicios de la empresa	6
1.8 Impacto económico	7
Capítulo 2. El mercado	8
2.1 Investigación de mercados	8
2.2 Estudio de mercado	8
2.3 Distribución y puntos de venta	18
2.4 Promoción del producto o servicio	19
2.5 Fijación y políticas de precio	22
2.6 Plan de introducción al mercado	24
2.7 Riesgos y oportunidades del mercado	24
2.8 Sistema y plan de ventas	26
2.9 Plan de abastecimiento	28
Capítulo 3. Producción	29
3.1 Especificaciones del producto	29
3.2 Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	29
3.3 Diagrama de flujo del proceso	30
3.4 Equipo e instalaciones	30
3.5 Materia prima	33
3.6 Manejo de inventarios	33
3.7 Ubicación de la empresa	34
3.8 Diseño y distribución de la planta y oficinas	35
3.9 Mano de obra requerida	36

Capítulo 4. Organización	37
4.1 Estructura organizacional	37
4.2 Funciones específicas por puesto	38
4.3 Capacitación del personal	44
4.4 Administración de sueldos y salarios	45
4.5 Evaluación del desempeño	46
Capítulo 5. Finanzas	48
5.1 Sistema contable de la empresa	48
5.2 Flujo de efectivo	49
5.3 Estados financieros proyectados	51
5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras	53
5.5 Sistema de financiamiento	56
Capítulo 6. Aspectos legales de implementación y operación	57
6.1 Definición del régimen de constitución de la empresa	57
6.2 Trámites fiscales	57
6.3 Trámites laborales	58
Capítulo 7. Riesgos críticos	59
7.1. Riesgos críticos	59
Anexos	60
A. 1 Determinación del tamaño de la muestra	61
A. 2 Encuesta	62
A. 3 Catalogo de Ropa Infantil	64
A. 4 Catalogo de Juguetes	76
Referencias	82

LISTA DE TABLAS

TABLA	PÁGINA
1. Total de la población ocupada que recibe ingresos correspondientes a enero de 2005, en el Municipio de Ensenada B. C.	9
2. Total de la población ocupada con sus ingresos correspondientes a enero de 2005, en el Municipio de Ensenada B. C.	11
3. Población de Ensenada en grupos quinquenales de edad y distribuidos por sexo.	11
4. Población total por rango de edad.	26
5. Promedio de compras anuales por segmento de mercado.	26
6. Pronóstico de ventas anuales de ropa infantil.	27
7. Pronóstico de ventas anuales de juguetes.	28
8. Pronóstico de ventas anuales en estética.	28
9. Gastos de instalación	31
10. Mobiliario y equipo	32
11. Flujo de efectivo	50
12. Balance general proyectado	51
13. Estado de resultados proyectado	52
14. Punto de equilibrio operativo anual	53
15. Rentabilidad de la empresa	54
16. Análisis de sensibilidad	55

INTRODUCCIÓN

Hay algo que ni el más espectacular adelanto tecnológico, ni las grandes tendencias mundiales van a lograr cambiar: el hecho de que hombres y mujeres hagan hasta lo imposible por verse y sentirse bien, tanto en el plano personal, como en el profesional, esto de acuerdo a observaciones realizadas. Detrás de este sencillo hecho, se esconde un proyecto que ofrece prendas de buen gusto del agrado tanto de los niños que las portarán como de los adultos que las adquieran, así como la oferta de juguetes de marcas de prestigio y de personajes divertidos, y un servicio de cuidado personal en una estética novedosa.

Por otra parte este proyecto generara una rentabilidad cada año y crecerá a una tasa espectacular, debido a lo novedoso de su concepto encontrando siempre diversas formas para manifestarse.

Para ingresar en el mercado infantil se debe contar con un servicio nuevo e innovador es por ello que la atención de niños en este ramo asegura un futuro exitoso, debido a que son el tesoro más preciado de los padres. Teniendo en cuenta que la innovación es un cambio lo tomaremos como dar al cliente algo diferente a lo que otras empresas del mismo ramo ofrecen para con ello asegurar el éxito en esta ciudad y en las vecinas donde, de acuerdo a lo observado, les gustan los cambios, lo novedoso, lo diferente.

Lo maravilloso de la infancia es que cualquier cosa en ella resulta mágico. Y aunque siempre significó un fastidio para el niño ir de compras, ahora en el siglo 21 este niño crece más integrado que nunca en la cultura de la imagen, es decir le gusta vestir bien y estar a la moda, según las opiniones de personas que tienen relación directa con niños.

Además, con el servicio adicional que se ofrecerá en Feryka el llevar a un niño de compras dejará de ser un problema para muchos, ya que los niños podrán divertirse en un área especialmente diseñada para ellos, mientras sus padres seleccionan sus productos; será un lugar en el que los niños podrán divertirse mientras que nuestro personal atiende a sus padres para que sus hijos luzcan preciosos al usar nuestras prendas, los embellezcan en la estética o se divertirán al máximo con nuestros juguetes.

CAPITULO I

NATURALEZA DEL PROYECTO

1. 1. Nombre de la empresa.

El presente es un plan de negocios de la empresa FERYKA “El mundo de los niños”, que estará constituida legalmente como una persona física.

1.2. Descripción de la empresa.

Esta empresa se dedicará a la venta de ropa infantil y juguetes para niños de 0 a 12 años, así como al servicio de estética especializada en niños, en la ciudad de Ensenada B. C., brindando un servicio extra que consistirá en el entretenimiento de los niños que asistan a la tienda mientras las personas adultas realizan sus compras. Esto tendrá por objetivo que la visita a este lugar sea placentera tanto para grandes como para chicos.

1.3. Misión de la empresa.

Brindar un servicio completo para la satisfacción de niños de 0 a 12 años de edad ofreciendo productos y servicios de calidad y moda en la ciudad de Ensenada de una manera personalizada, divertida y de confianza, buscando siempre estar a la vanguardia competitiva:

- De manera personalizada, por que cada niño como individuo independiente y pensante, tiene su propia personalidad, gustos y preferencias;

- divertida, por que las instalaciones de la tienda estarán diseñadas de tal manera que sean atractivas para los niños, sin dejar de ser seguras, y
- de confianza, por que será atendido por personas profesionales, responsables y comprometidas con su trabajo , que contarán con aptitudes como alegría, paciencia y juventud.

1.4. Objetivos de la empresa.

- Ofrecer productos de alta calidad e innovadores, a precios adecuados para la mayor parte de la población.
- Posicionar nuestros productos como de primera elección en la comunidad por su calidad y precio.
- Generar utilidades que permitan mantener la empresa en un franco crecimiento y de tal manera ampliar sus líneas comercialización.
- Estrechar relaciones comerciales con líderes del sector para juntos solucionar necesidades y carencias en el mercado que nos compete.
- Obtener a corto plazo aumentar el impulso de venta para nivelar y ajustar el presupuesto de inversión.
- A mediano plazo implementar mejoras en la existencia de nuestros productos para estar preparados a la demanda de ellos. Tener un control de inventario adecuado.
- Y lograr a largo plazo abrir nuevos nichos de mercado, aumentar nuestra participación en el medio tanto con mayoristas como con el consumidor final, generando con ello mas fuentes de empleo en la comunidad.

1.5. Ventajas Competitivas.

Actualmente en la ciudad de Ensenada no existe una empresa con un giro similar al que se pretende cubrir, donde se ofrecerán prendas de marcas prestigiadas con precios accesibles a la comunidad y variedad de juguetes para niños, así como un servicios de estética novedoso, esto es una ventaja competitiva para la empresa debido a que entrará en un mercado muy poco ofertado.

1.6. Análisis de la industria o sector.

El sector económico que se pretende abarcar es la clase media, clase media alta y clase alta. Se considera nuestro mercado, ya que de acuerdo a las características de nuestros servicios, los productos que se ofrecen y los precios de los productos, estarán al alcance económico de los sectores mencionados.

La venta de productos estará enfocada principalmente a los niños, y en forma secundaria a los adultos, es decir se ofrecerán algunos productos y servicios para adultos así como la envoltura de regalos. Se instalará un área especial para niños, donde esperarán a sus papás mientras estos seleccionan los productos para sus hijos.

De acuerdo a estadísticas del sector presentadas por Canaco y Canacindra en esta comunidad existe una gran demanda de estos productos y en lo que respecta al servicio de estética existe la necesidad en el mercado de la especialidad en niños.

1.7. Producto o servicio de la empresa.

Los productos que se ofrecerán serán ropa infantil y juguetes, asimismo se ofrecerán prendas para eventos especiales como bautizos, primera comunión y prendas formales para eventos sociales, y en cuanto a la juguetería se contará con juguetes de aprendizaje y de diversión. Los productos serán para niños de 0 a 12 años, es decir, se contará con productos para niños recién nacidos hasta para niños de 12 años.

La estética ofrecerá servicios de cuidado personal, tales como: corte de pelo, diseño de imagen, maquillaje y peinado para ocasiones especiales como halloween, fiestas infantiles, presentaciones y bailables escolares, celebraciones familiares, etcétera, para niños y en forma secundaria se prestará el servicio a adultos.

El servicio adicional con el que contará esta empresa será el de una estancia infantil que se encargará del cuidado de los niños que asistan a la tienda mientras los adultos seleccionan las prendas de su agrado, esto con el fin de que estos seleccionen las prendas con tranquilidad y a la vez puedan probarles las prendas a los niños, evitando con esto los cambios o devoluciones de prendas. También se contará con un espacio dedicado a la envoltura de regalos, de los productos adquiridos en la tienda como en otros lugares.

1.8. Impacto económico.

Esta empresa generará alrededor de 15 empleos para la comunidad, mismos que se detallan mas adelante en el capitulo de organización, lo que abrirá oportunidades de trabajo para personas desempleadas, logrando con ello que la economía de la ciudad se beneficie y se incrementen las actividades económicas.

Uno de los objetivos a largo plazo de esta empresa es contar con un desarrollo organizacional es decir establecer sucursales en diferentes puntos estratégicos de la ciudad donde lo demande el mercado, ya que de acuerdo al estudio de mercado realizado se presume que este proyecto atraerá muchos clientes no sólo de esta ciudad sino también de ciudades vecinas logrando con ello la generación de fuentes de empleo para esta ciudad.

CAPITULO II

EL MERCADO

2.1. Investigación de mercado

El mercado que se pretende abarcar en este proyecto es el de la clase media, media alta, con niños de 0 a 12 años de edad, y que de acuerdo con una previa investigación en fuentes externas (INEGI) nos indica que abarca alrededor de 26,890 personas, a continuación se realiza un análisis detallado del sector con el cual se realizará la enajenación de nuestros productos.

2.2. Estudio de mercado.

El estudio de mercado es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado. Se utiliza para poder tomar decisiones sobre:

- La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio
- Los canales de distribución más apropiados para el producto
- Cambios en las estrategias de promoción y publicidad

Este estudio refleja los cambios en la conducta del consumidor, los cambios en los hábitos de compra y la opinión de los consumidores; y su objetivo primordial es obtener datos importantes sobre nuestro mercado y la competencia, los cuales servirán de guía para la toma de decisiones (Orozco, 1999).

Para cuestiones de análisis de nuestro mercado meta, identificaremos nuestros clientes potenciales. Se determinará el tamaño de la muestra, para realizar la aplicación de encuestas.

Para determinar la muestra es necesario conocer cual es nuestro mercado meta. Siendo este el total de elementos que reúnen ciertas características homogéneas, las cuales serán el objeto de la investigación. Los datos estadísticos proporcionados por INEGI se encuentran en la tabla 1.

Tabla 1. Total de la población ocupada que recibe ingresos correspondientes a enero de 2005, en el Municipio de Ensenada B. C.

Rango	Total de población
De 1 a 2 s.m.	45,691
Más de 2 y menos de 3 s.m.	34,466
De 3 hasta 5 s.m.	29,992
De 5 hasta 10 s.m.	18,657
Más de 10 s.m.	8,233

Salario Mínimo General (2005) \$46.80

Fuente de datos: Censo General de población y vivienda, enero 2005. INEGI

Con esta información se puede observar que el total de familias que componen nuestro mercado meta será de 26,890 que se encuentran en los rangos de 5 hasta 10 s. m. y más de 10 s. m., ya que entre estos rangos de ingresos se considera que se encuentra la clase media, media alta y alta.

Una vez obtenido nuestro mercado meta es necesario conocer la opinión de este con respecto a sus intereses y si estos son benéficos para nuestro proyecto, es decir si el mercado que pretendemos abarcar aceptara el concepto de empresa que se busca establecer. Para ello debemos aplicar encuestas pero por el gran tamaño de nuestro mercado y para ahorrar tiempo y recursos se determinara una muestra de este para ser encuestado (Hernández, 2003).

Para determinar la muestra a encuestar se utilizara la formula de Tamaño de la Muestra de técnicas de muestreo para medir un mercado que Arturo Orozco nos menciona en su libro Investigación de Mercados, que es la siguiente:

$$n = \frac{(o)^2 N p q}{(e)^2(N-1) + (o)^2 p q}$$

donde: o = Nivel de confianza

N = Mercado meta

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Número de elementos (Tamaño de la muestra)

(Orozco, 1999)

Sustituyendo los componentes de la fórmula (Véase Anexo A.1), el resultado nos arroja un total de 379 encuestas, mismas que serán aplicadas en zonas comerciales, en salidas de escuelas y centros de trabajo, principalmente donde se encuentren niños o donde existan personas que tengan relaciones con ellos.

Participantes y porcentaje de participación en el mercado

Como se explicó anteriormente nuestro mercado meta esta constituido por el total de personas que generan ingresos de 5 hasta 10 salarios mínimos y más de 10 salarios mínimos, en la ciudad de Ensenada. En la Tabla 2 podemos observar el ingreso del total de la población ocupada en Ensenada en enero de 2005, donde la suma de ambos rangos salariales nos da una cantidad de 26,890 personas que generan un ingreso mayor a \$7,020 pesos mensuales y que tiene una participación en el total de la población ocupada del 17.37%.

Tabla 2. Total de la población ocupada con sus ingresos correspondientes a enero de 2005, en el Municipio de Ensenada B. C.

Total de la población ocupada que:	Total de población	Ingreso mensual	Porcentaje de participación
No recibe ingresos	3,289	0	2.12%
Hasta un 50% de 1 s. m.	2,334	702	1.51%
Más de 50% hasta menos de 1 s. m.	5,421	703 A 1,403	3.50%
1 s. m.	0	1,404	0.00%
Más de 1 s. m. hasta 2 s. m.	45,691	1,405 A 2,807	29.50%
Más de 2 hasta menos de 3 s. m.	34,466	2,808 A 4,211	22.26%
3 hasta 5 s. m.	29,992	4,212 A 7,019	19.37%
Más 5 hasta 10 s. m.	18,657	7,020 A 14,039	12.05%
Más de 10 s. m.	8,233	Más de 14,040	5.32%
No especifico si recibe ingresos	6,785	0	4.38%
TOTAL	154,868		100%

Salario Mínimo General (2005) \$46.80

Fuente de datos: Censo General de población y vivienda, enero 2005. INEGI

Tabla 3. Población de Ensenada en grupos quinquenales de edad y distribuidos por sexo.

Grupos Quinquenales de edad	Edad	Población total	Distribución según sexo	
			Hombres	Mujeres
0 - 4 años	0 años	8793	5276	3517
0 - 4 años	1 año	7633	4580	3053
0 - 4 años	2 años	8582	5149	3433
0 - 4 años	3 años	8547	5128	3419
0 - 4 años	4 años	8386	5032	3354
5 - 9 años	5 años	8542	5125	3417
5 - 9 años	6 años	8086	4852	3234
5 - 9 años	7 años	8101	4861	3240
5 - 9 años	8 años	8464	5078	3386
5 - 9 años	9 años	8279	4967	3312
10-14 años	10 años	8617	5170	3447
10-14 años	11 años	8302	4981	3321
10-14 años	12 años	8429	5057	3372
Población total de Eda.		413,670	248202	165468
Total población de 0 a 12 años		108761	65257	43504

Fuente de datos: Censo General de población y vivienda, enero 2005. INEGI

Analizando la tabla 2 y la tabla 3 nos percatamos que no se cuenta con el dato estadístico del total de niños entre 0 y 12 años de edad, cuyos padres generan más de 5 salarios mínimos en adelante, por lo tanto se relacionará el porcentaje de participación de nuestro mercado meta (17.37%) con la población de 0 a 12 años, y se multiplicara por el 20 %, (considerando que sólo un 20 % de nuestro mercado meta tiene hijos de 0 a 12 años) para determinar nuestro mercado potencial quedando como sigue:

Total de población de 0 a 9 años = 108,761

Porcentaje de participación del universo = 17.37

$$108,761 \times 17.37\% = 18,892$$

$$18,892 \times 20\% = 3,778$$

Mercado potencial = **3,778 niños**

Este mercado potencial no se divide por sexo, debido a que la diferencia poblacional es mínima (Orozco, 1999).

Instrumento de recolección de información

El instrumento seleccionado para la recolección de información fue la encuesta debido a que resulto el más práctico para el tipo de personas que se encuestarían ya que son personas que normalmente están ocupadas en otras actividades y no contaban con mucho tiempo para atenderlos.

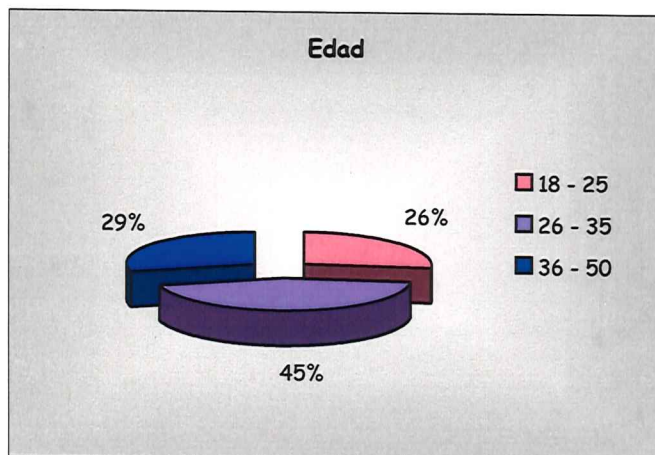
Las encuestas se aplicaron afuera de los supermercados Gigante Bahía y Calimax Valle Dorado, a la salida de cuatro primarias, dos guarderías y un kinder, y en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC); se buscó encuestar personas

que tuvieran relación con niños y que contaran con las características del mercado que pretendemos abarcar.

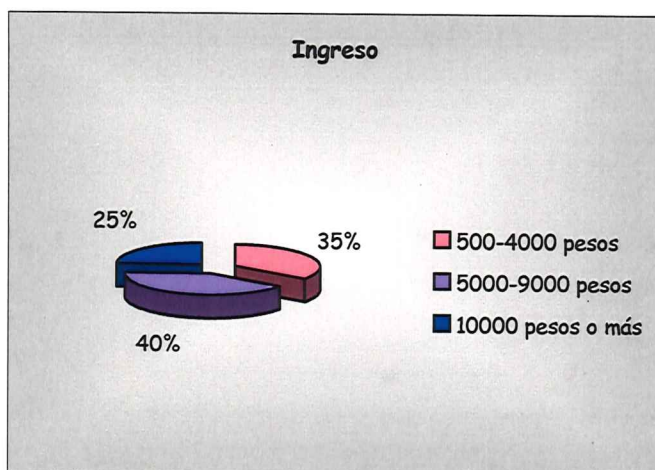
La encuesta aplicada consta de 15 preguntas que nos ayudarán a conocer los gustos y preferencias de las personas con respecto a los artículos infantiles que adquieren.

Interpretación de resultados.

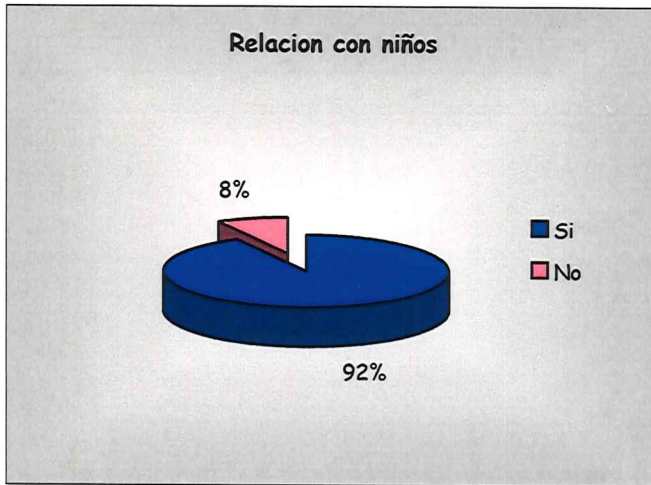
La encuesta fue aplicada al total de la muestra calculado que fue de 379 personas, los resultados arrojados por estas encuestas serán analizados por medio de polígonos de frecuencias (Hernández, 2003) quedando como sigue:



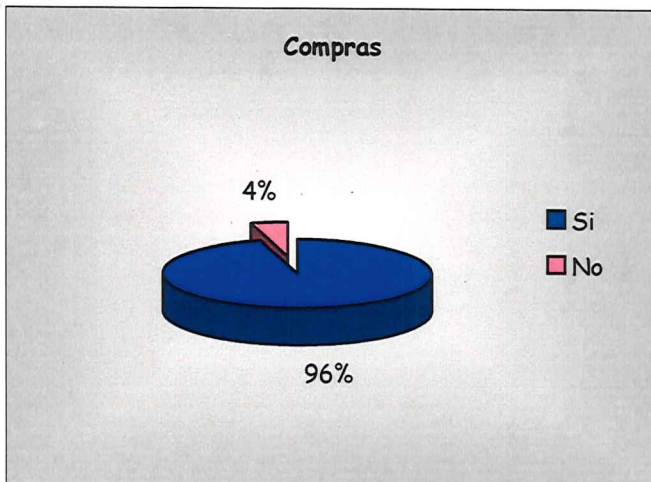
1. El rango de edades de la mayoría de las personas encuestadas osciló entre los 26 y 35 años, esto nos puede ayudar para determinar a que tipo de personas vamos a tratar en nuestra tienda ya que son los que mostraron mayor relación cercana con niños y según hemos observado estas personas son las de gustos mas especiales y exigentes en sus compras.



2. El rango de personas al que se piensa dirigir este proyecto es a la clase media y media alta, donde se cuenta con un ingreso mensual mayor a los 5000 pesos, por lo que al analizar los resultados de esta pregunta encontramos que existe el mercado que se pretende abarcar, pero también nos percatamos que hay un mercado de ingreso menor al que podemos ingresar en el futuro.

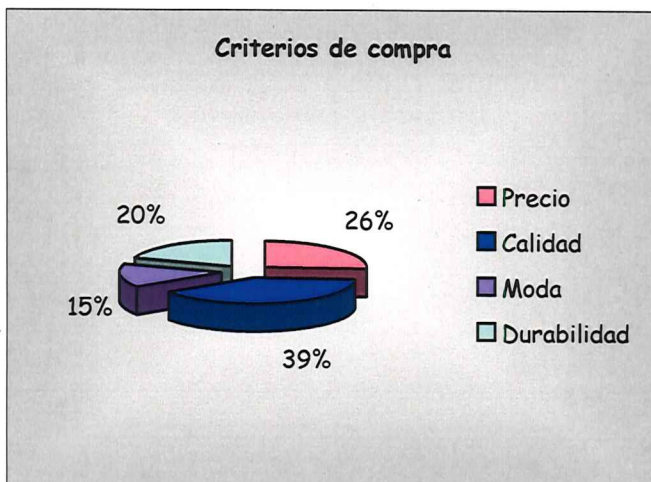


3. Con esta pregunta nos percatamos que se cuenta con una comunidad que tiene relación cercana con niños y esto es muy importante para este proyecto, ya que significa que existe un mercado potencial al cual se le puede ofrecer un producto como el que se pretende ofrecer en este nuevo proyecto.

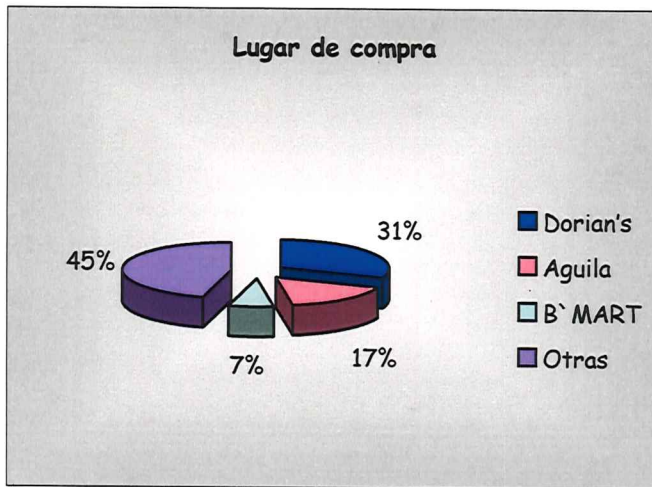


4. En el aspecto de compras, obtuvimos un resultado muy importante para el proyecto debido a que se observa que la gran mayoría de la comunidad compra ropa infantil, por lo que se augura un proyecto con éxito, ya que existe un mercado potencial al que se puede dirigir nuestro producto.

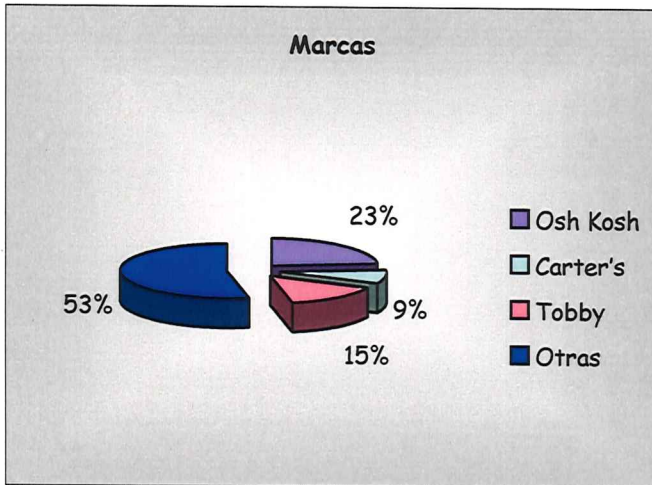
A partir de este resultado nuestras siguientes preguntas se vieron afectadas ya que al momento de que la respuesta era negativa no se continuó con la encuesta.



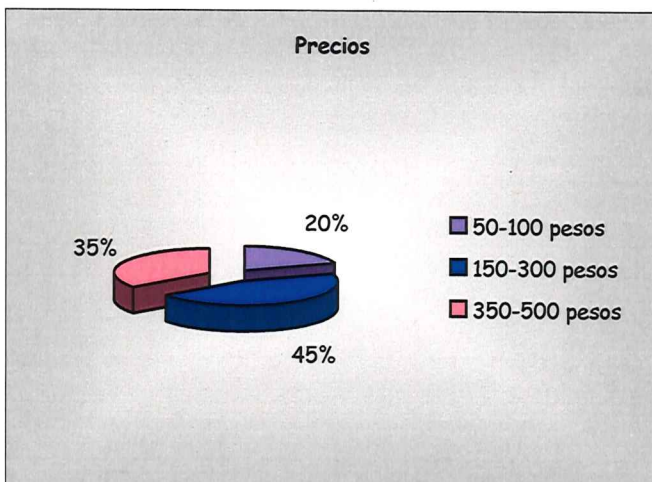
5. De acuerdo al resultado de esta pregunta la calidad es un factor muy importante al momento de comprar ropa infantil, y en segundo plano se considera el precio de la ropa, por lo que se deben considerar estos puntos como muy importantes al momento de ofrecer nuestros productos.



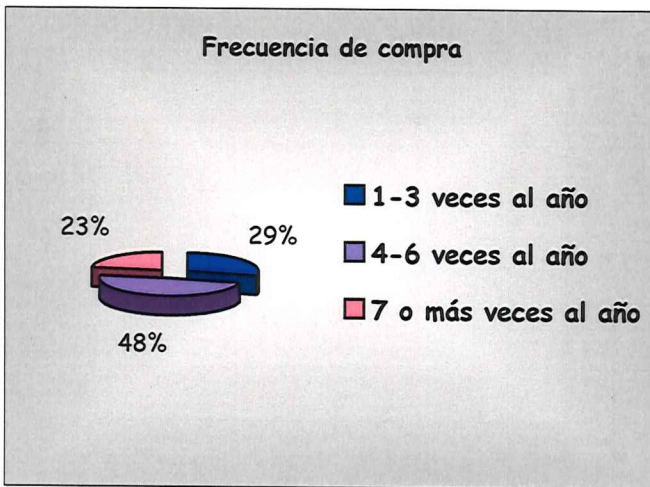
6. Con esta pregunta se identificó que una gran parte de la comunidad compra la ropa infantil en la tienda Dorian's, y por comentarios adicionales nos percatamos que hay escasez de tiendas de este tipo de ropa y los que respondieron otras en su mayoría es porque la compran en el extranjero, concluyendo que este mercado no está cubierto en su totalidad.



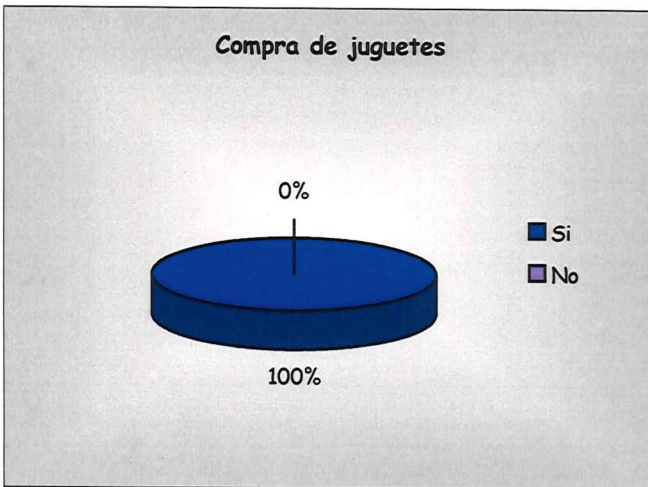
7. Con el resultado arrojado por las respuestas de esta pregunta nos damos cuenta que no existe un criterio establecido para comprar ropa de marca ya que en los resultados no hubo gran variación y la respuesta que más porcentaje obtuvo fue la de otras, y por comentarios adicionales extendidos "la marca no es importante lo importante es la calidad".



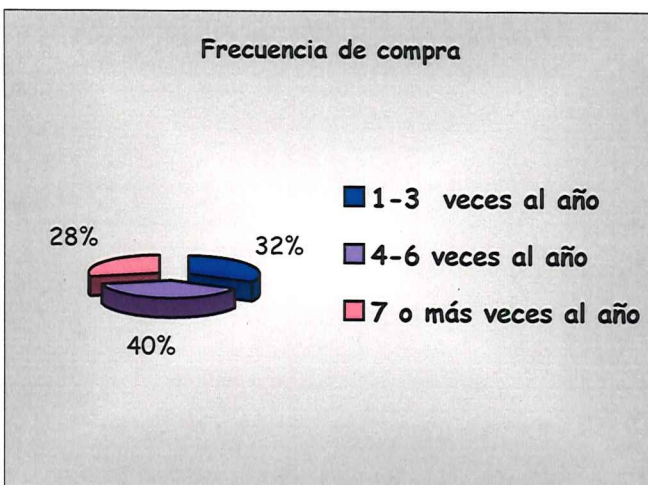
8. Los resultados de esta pregunta nos indican que la gente estaría dispuesta a pagar hasta 300 pesos por un conjunto para niño, lo que nos hace ver que nuestros precios están dentro del rango de precios aceptados por la comunidad.



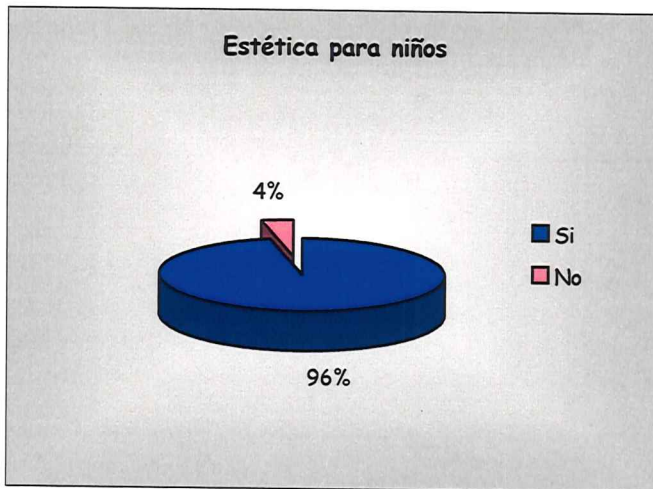
9. Las respuesta de esta pregunta nos muestran que la mayor parte de los encuestados compran ropa infantil regularmente de 4 a 6 veces por año, lo que nos indica que nuestra tienda tendrá posibilidades de venta, aunque se deberá trabajar mucho en la promoción para dar a conocer nuestros productos.



10. Esta pregunta nos arrojó un resultado muy favorable ya que nos damos cuenta que las personas que compran ropa infantil también adquieren juguetes por lo que al visitar nuestra tienda les será muy grato encontrar todo lo que buscan para sus niños.



11. Con estas respuestas nos percatamos que la frecuencia de compra de juguetes varia mucho de persona a persona ya que las tres opciones que se dieron estuvieron muy parejas en cuanto a las respuestas, aunque se podrían concluir que esto es bueno para la empresa porque quiere decir que tendrá venta de juguetes en el año.



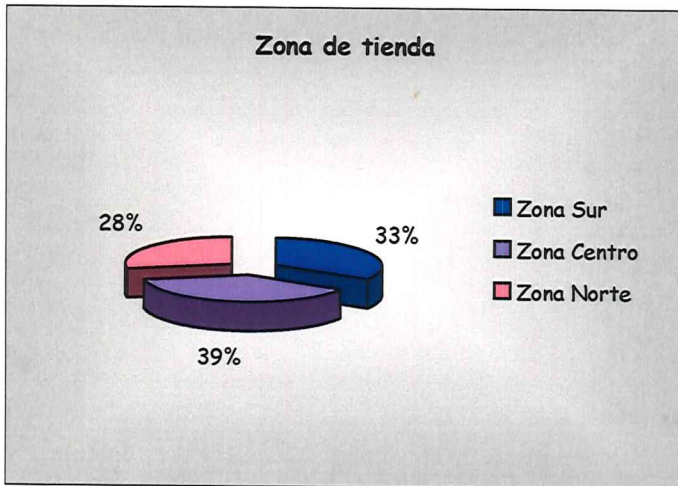
12. Aunque en esta pregunta nos contestaron de manera negativa algunas personas al analizar los resultados arrojados notamos que no afecta ya que el 96% de los encuestados aceptan la idea de una estética especializada lo que significa éxito para nuestra empresa.



13. Con esta pregunta obtuvimos un resultado muy positivo para la empresa ya que el 99% de los encuestados están de acuerdo en que exista una empresa con el concepto de nuestro proyecto lo que augura un éxito.



14. Con esta pregunta nos dimos cuenta que hacen falta en la comunidad lugares seguros para los niños ya que muchos de los encuestados nos comentaron que era muy buena idea el tener un espacio especial para los pequeños en una tienda de ropa y juguetes.



15. Con la información arrojada por esta pregunta nos damos cuenta que la ubicación de la tienda no tiene gran importancia ya que las opiniones están divididas así que el optar por establecerla en la zona centro es una buena opción ya que es una zona neutral de la ciudad.

En conclusión y por los resultados arrojados por esta encuesta se deduce que la mayoría de la población tiene relación con niños y le atrae la idea de la creación del centro comercial especializado en niños, ya que actualmente no se cuenta con este servicio en la comunidad y lo consideran necesario, por lo tanto se deduce que este proyecto será aceptado por el mercado meta.

2.3. Distribución y puntos de venta.

Los productos que ofrecerá esta empresa estarán a disposición del público en general en un local ubicado en calle Alvarado y Avenida Juárez en la Zona Centro de esta Ciudad, donde podrán acudir hacer sus compras en un horario de 9:00 a.m. a 9:00 p.m. de lunes a domingo, donde se contará con estacionamiento exclusivo para la comodidad de los clientes. Este lugar fue seleccionado porque:

- Se encuentra en una zona muy transitada, debido a que se ubica en el centro de la ciudad donde tanto el transporte público como el particular tienen un fácil acceso.

- Se encuentra ubicado de frente a la calle, siendo posible verlo desde cualquier punto del exterior, ya sea en automóvil o caminando.
- Está ubicado en una zona comercial muy visitada por personas de esta ciudad así como por turistas, lo que atraerá más clientes potenciales a nuestra tienda.

2.4. Promoción del producto o servicio.

La penetración en el mercado está relacionada en gran parte con un plan de promoción eficaz. El propósito es dar a conocer los productos que ofrece la empresa por los medios masivos de comunicación que tienen ingerencia en la vida de nuestros clientes potenciales, estimulando con esto la venta de los productos y atrayendo nuevos mercados.

Por tratarse de un mercado constituido por aquellas personas que se encuentran ubicadas en los sectores socioeconómicos de clase media, media alta y alta, los medios de comunicación que se utilizarán serán:

- **Radio:** Se transmitirán anuncios radiofónicos en las dos radiodifusoras de mayor penetración en Ensenada y cuya audiencia se encuentra ubicada en nuestro mercado. Los spots publicitarios serán con una duración de 20 segundos cada uno y se deberán de transmitir dentro de los horarios escolares de entrada y salida, ya que en estos horarios por lo general las madres escuchan el radio en su automóvil. Además los spots deberán tener una repetición continua uno del otro no mayor a media hora, ya que es más efectiva la repetición continua para llamar la atención del radioescucha y facilita el recordar los datos de la empresa.
- **Volantes:** Se distribuirán volantes en la parte exterior de las escuelas y guarderías particulares en donde asisten nuestros clientes potenciales. Los volantes darán a conocer los productos y servicios que ofrece la

empresa, ubicación y teléfono. Su presentación será divertida y de fácil lectura para los niños. Dichos volante los repartirá personalmente en la puerta de salida de la escuela en los horarios en que los niños son recogidos por sus padres, una persona disfrazada de payasito, esto es con el fin de llamar la atención de niños y padres. Además se distribuirán volantes por zonas específicas de la ciudad como restaurantes, centros comerciales importantes, bancos, centros de recreación infantil, gimnasios, etc.

- Participación en eventos culturales y recreativos: La empresa participará montado módulos de información en eventos culturales, recreativos y de información. Esto con el fin de darse a conocer en la localidad de una forma directa y personalizada.

Los productos que se ofrecerán son de marcas prestigiadas conocidas por gran parte del mercado que se pretende abarcar, por ello esta será una estrategia de promoción que hará que los clientes se familiaricen fácilmente con el estilo de productos que habrá en existencia.

La empresa tendrá una publicidad pagada efectiva, pero definitivamente, la mejor será la que regalan los clientes que salen satisfechos de haber adquirido sus productos en nuestra empresa, puesto que su recomendación con la gente con la que conviven diariamente, será determinante; y de la misma forma, ellos se convierten en testigos de la satisfacción de adquirir nuestros productos e incitan a otras personas a copiar sus patrones de compra.

Otra forma de promoción será mediante la compra de tarjetas de regalo, para obsequiarlas en una ocasión especial, las tarjetas serán por el valor que requiera el cliente dependiendo de sus necesidades.

El logo y eslogan con el que se identificará la empresa será el siguiente:



Este logo y eslogan cuentan con un gran colorido, debido a que debe llamar la atención de chicos y grandes.

El nombre del negocio resulta de la combinación de nombres de sus fundadores: Fernando y Karla.

El nombre de la tienda se considera que llamará la atención de los clientes, ya que es un nombre divertido y a la vez novedoso en el mercado.

El sol en el logo significa la alegría de los niños, y el rombo con el corazón es considerado como el amor de los padres hacia sus hijos.

El eslogan significa que los niños serán los mejor atendidos en Feryka.

La imagen de esta empresa esta basada en la teoría del desarrollo personal de Erikson, donde se explica la aparición del yo en el desarrollo del niño, la necesidad de autosuficiencia y la búsqueda de identidad (Meece,2000).

El desarrollo de la personalidad de un niño inicia entre los 2 o 4 años donde empieza a ser mas activo, a tener iniciativa, a identificar sus cualidades, celebrar sus logros, formar un sentido de identidad y tomar decisiones (Meece, 2000). Es por ello que en Feryka los niños serán tratados como uno de los mejores clientes ya que serán ellos los que decidirán que quieren comprar de acuerdo a su personalidad y preferencias.

2.5. Fijación y políticas de precios.

La estrategia utilizada para establecer el precio de los productos que ofrecerá la empresa es la conocida como estrategia de buen valor, es decir, introducir el servicio de alta calidad a un precio accesible (Ramírez, 2005). Se utilizó dicha estrategia, una vez analizados algunos de los factores que se consideran importantes como:

Factores demográficos: Donde se ubican la cantidad de compradores potenciales, los niveles esperados de consumo y el tipo de compradores, expuestos en el apartado correspondiente a situación en el mercado.

Factores Mentales: Tiene que ver con la percepción de los consumidores en las relaciones de:

- **precio - calidad:** Un precio muy bajo en algunas ocasiones puede ser sinónimo de baja calidad. Por tal motivo se opto por establecer un precio

que no es bajo, pero a su vez no se puede considerar como alto o inaccesible. El cliente compara el valor real que le proporcionó determinado producto con el valor que esperaba, de allí se determina el grado de satisfacción que se obtuvo, el cual dará como resultado el hábito de compra y su comportamiento en futuras adquisiciones. El cliente de acuerdo a su grado de satisfacción determinará si el precio es alto o bajo.

- Competencia: El precio depende en algunas ocasiones del nivel de competencia, los factores más importantes a tener en cuenta en términos de los competidores fueron: el número de competidores que es este caso no se cuenta con competencia directa, pero si se presenta la competencia por parte de aquellas tiendas para adultos que ofrecen prendas para niños, siendo el precio superior al que se pretende establecer. (Ramírez, 2005)

La satisfacción de los clientes es el objetivo primordial de una estrategia de mercadotecnia en cualquier empresa, por tal razón se deben generar más que negocios, relaciones duraderas con ellos para asegurar que nunca dejen de adquirir nuestros productos y así generar beneficios para las dos partes.

Para la fijación de precios se establecerá un margen de utilidad del 20%, con respecto a los costos de los productos, mismo que ayudará a la empresa a recuperar la inversión a corto plazo, de acuerdo a los análisis financieros que se presentan en el capítulo de Finanzas.

2.6. Plan de introducción al mercado.

La apertura se verá antecedida de un programa de promoción en medios masivos de comunicación lo que ayudará que el mercado conozca el concepto de la empresa antes de su inicio de actividades. Se promocionarán las marcas que se ofrecerán ya que se considera que es uno de los puntos fuertes de competencia.

El primer mes de apertura se realizarán promociones de venta tales como: el famoso 2 x 1, donde el cliente pagará un producto y se llevará dos; la envoltura gratis en sus compras, así como el otorgamiento de tarjetas de cliente distinguido a aquellos que consuman mas de \$300.00 en su primera compra; y sobre todo ofrecer un servicio de la mejor calidad y una atención personalizada y cordial; con estas promociones se pretende dar a conocer la empresa de persona a persona, es decir que un cliente nos recomiende con otro ya se considera que esta es la mejor forma de darse a conocer en el mercado, porque el que un cliente hable bien de tu empresa quiere decir mucho para una persona que nunca ha visitado tu empresa.

2.7. Riesgos y oportunidades del mercado.

Para esta empresa se podría considerar como un riesgo la falta de capacidad innovadora, el no contar con la capacidad a futuro de evolucionar de acuerdo a la moda y las costumbres de los clientes. Una empresa de esta clase, depende en gran medida de lo que dicta la moda y la nueva tecnología tanto en el aspecto personal como en el aspecto de la diversión. Si una tienda de este tipo no tiene la capacidad de permanecer a la vanguardia su clientela podrá tomar la decisión de cambiarla por otra fácilmente.

El riesgo más común que se presenta en el medio que se pretende incursionar, es la posibilidad del ingreso de nuevos competidores, que a menudo se dan en

respuesta a las utilidades obtenidas por empresas establecidas. Es factible que en localidades pequeñas como el puerto de Ensenada, se presente el fenómeno de la saturación de negocios similares, si un negocio con un giro novedoso inicia en la localidad y tiene éxito es de esperarse que le sigan varios negocios similares por no calificarlos como idénticos. Esto lleva a una competencia saturada, mismos negocios para el mismo mercado. Con esto se pierde la novedad y originalidad. En este momento es cuando se tendrán que reforzar las fortalezas de la empresa y modificar las debilidades.

La principal oportunidad de la tienda especializada para niños, consiste en su particularidad, es decir, el hecho de ofrecer a la localidad un servicio que hasta la fecha ninguna compañía ha ofrecido y que además esta dirigido a uno de los personajes detonadores del consumo del ser humano, la necesidad de satisfacer los deseos y gustos de los hijos. La estrategia de la compañía será el ofrecer un servicio con valor único para sus clientes.

Las oportunidades que puede ofrecer el ambiente externo de la empresa, son la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con otras compañías del mismo giro o de giros similares. Pudiendo ser estas tiendas para adultos, ya que, se podría establecer una relación con alguna de las tiendas reconocidas de la localidad con el propósito de compartir y ampliar la cartera de clientes. Esto se podría llevar a cabo por medio de promociones y publicidad compartida, incluso organización de eventos especiales dirigidos a los posibles clientes, en los cuales se proyectara la imagen del grupo de tiendas asociadas.

2.8. Sistema y plan de ventas.

A fin de realizar un pronóstico de ventas confiable, se utilizará como base el porcentaje de participación en la población total de Ensenada, considerando que la población total de 0 a 12 años es de 108,761 y de acuerdo al porcentaje de participación por rango obtenemos que nuestro segmento de mercado es de 30,175 niños. (Ver Tabla 4)

Tabla 4. Población total por rango de edad.

Rango	Población Total	%	Segmento de Mercado
0 a 1 año	16,426	15%	2,464
2 a 4 años	25,515	23%	5,868
5 a 9 años	41,472	38%	15,759
10 a 12 años	25,348	24%	6,084
TOTAL	108,761	100 %	30,175

Después de haber obtenido nuestro segmento de mercado se analiza la frecuencia en la necesidad de vestido de cada rango de edades, estableciendo que nuestras ventas se estiman en 10,451 operaciones al año. Esta frecuencia se determina en base a estadísticas de compra en este sector productivo. Estas estadísticas fueron proporcionadas por la CANACO (Ver Tabla 5).

Tabla 5. Promedio de compras anuales por segmento de mercado.

Rango	Segmento De Mercado	Promedio Ventas Anual
0 a 1 año	2,464	1232
2 a 4 años	5,868	2445
5 a 9 años	15,759	5253
10 a 12 años	6,084	1521
TOTAL	30,175	10451

Una vez que hemos obtenido el promedio de nuestras ventas anuales les aplicamos el precio aproximado de los productos que se ofrecerán para determinar los ingresos totales que ascenderán a los \$ 2,301,200.00 pesos anuales (Ver Tabla 6).

Tabla 6. Pronóstico de ventas anuales de ropa infantil.

Producto para:	Precio aprox.	Promedio Anual	Total de ventas
0 a 1 año	250	1232	308,000
2 a 4 años	230	2445	562,350
5 a 9 años	200	5253	1,050,600
10 a 12 años	250	1521	380,250
TOTAL		10451	2,301,200

Cabe señalar que la frecuencia de compra anual puede variar por lo que podemos decir que se tendrá un margen de error en este pronóstico del 30% aproximadamente. Esto debido a que somos una empresa de nueva creación y la comunidad aun no confía en nosotros y no conoce nuestros productos y servicios.

Utilizando la misma mecánica se realizarán las proyecciones para la venta de juguetes y el servicio de estética. Como podemos ver en la Tabla 7 el promedio anual de ventas es de 12,966 operaciones que de acuerdo al precio de los juguetes nos arrojaran un ingreso anual de \$2,243,225.00 pesos.

Tabla 7. Pronóstico de ventas anuales de juguetes.

Producto para:	Precio aprox.	Promedio Anual	Total de ventas
0 a 1 año	150	1437	215,600
2 a 4 años	150	2934	440,100
5 a 9 años	180	6566	1,181,925
10 a 12 años	200	2028	405,600
TOTAL		12966	2,243,225

En la tabla 8 se puede observar que de acuerdo al promedio anual se obtendrá un ingreso de \$1,919,875.00 pesos anuales.

Tabla 8. Pronóstico de ventas anuales en estética.

Servicio para:	Precio aprox.	Promedio Anual	Total de ventas
0 a 1 año	150	411	61,600
2 a 4 años	150	1467	220,050
5 a 9 años	150	7880	1,181,925
10 a 12 años	150	3042	456,300
TOTAL		12799	1,919,875

2.9. Plan de abastecimiento.

Las compras de la mercancía se harán en Estados Unidos, y serán importadas para su venta en México. Estas compras se realizarán en base a un programa de abastecimiento que consistirá en hacer inventarios constantes de la mercancía y comparándolo con las ventas del periodo y según el resultado de esta correlación se determinará la cantidad de mercancía que se deberá comprar.

Una persona manejará el programa de ventas y el programa de compras y se auxiliará de una persona al momento de realizar los inventarios.

CAPITULO III

PRODUCCIÓN

3.1. Especificaciones del producto.

Las prendas que se ofrecerán tendrán la mejor calidad del mercado, buscando siempre estar a la vanguardia y el buen gusto, es por ello que serán de marcas prestigiadas que garanticen la mejor elección en las compras de los clientes.

Los juguetes que estarán a la venta en nuestra tienda serán divertidos, confiables y le ayudaran a los niños a aprender de una manera divertida, ya que contaremos con juguetes educativos y de recreación, buscando siempre que sean del agrado de los niños.

El servicio de estética ofrecerá: corte de pelo para niños de 1 a 12 años, rapado total que se manejara por lo general para niños de 0 a 1 año, peinado especial para celebraciones familiares (bodas, XV años, bautizos) peinado especial para presentaciones y bailables escolares, aplicación de tratamientos capilares, diseño y cambio de imagen, maquillaje y caracterización para eventos especiales (Halloween, fiestas de disfraces, pascua, navidad etc.), entre otros servicios, siempre con la mayor calidad y buscando la satisfacción de nuestros clientes.

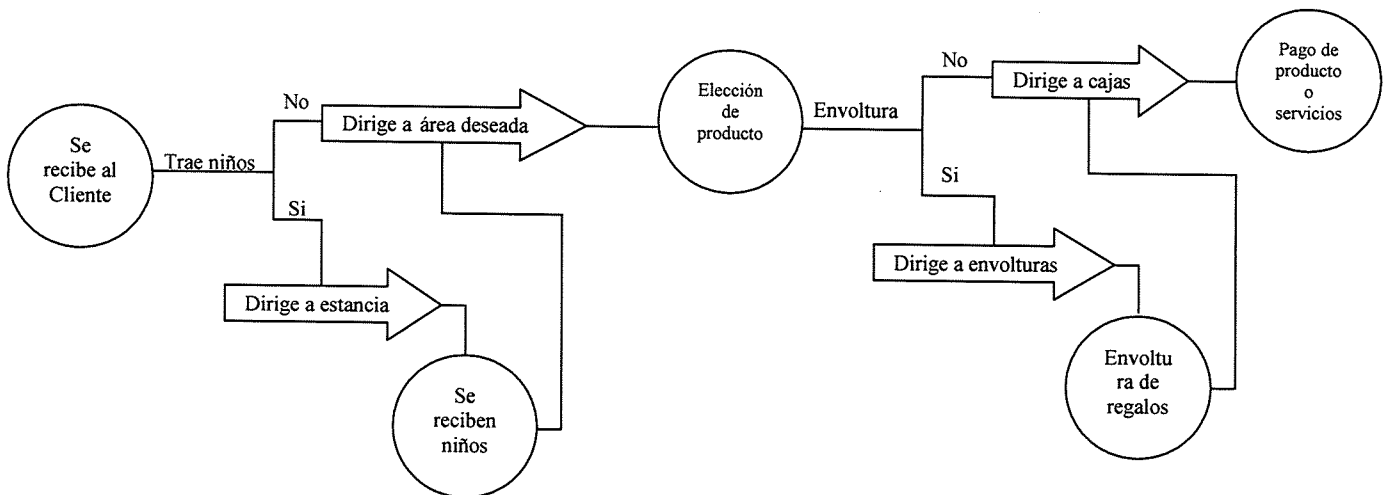
3.2. Descripción del proceso o prestación del servicio.

Al momento de llegar un cliente a nuestra tienda será recibido por una persona que lo orientará en su compra y que a la vez, si el cliente llega acompañado por

niños, le invitará a la estancia para niños para que así el cliente pueda escoger los productos de su preferencia de manera tranquila y cómoda.

Una vez terminada la elección de productos el cliente será dirigido al área de cajas donde pagará su compra. En esta área se le preguntará si desea envoltura de alguno de sus artículos y si su respuesta es positiva se le dirigirá al área de envolturas y una vez terminada esta se le entregará a sus niños, si es que fue acompañado por estos.

3.3. Diagrama de flujo del proceso.



3.4. Equipo e instalaciones.

La tienda contará con varios espacios decorados especialmente para niños.

Al entrar estarán los anaqueles y estantes con las prendas que se ofrecerán, a mano derecha estará el área de envolturas, al lado izquierdo se ubicará la caja y recepción, y al fondo del establecimiento se encontrará un área donde los niños se

podrán divertir mientras los adultos seleccionan y compran sus productos. Se pretende decorar la tienda de una manera que sea divertida y atractiva para chicos y grandes.

Los gastos de instalación y equipamiento de la tienda ascenderán a los \$89,240.00 pesos, esta cantidad involucra todos los requerimientos necesarios para contar con un local idóneo para ofrecer nuestros productos y servicios, ayudando con ello a lograr la satisfacción de nuestros clientes (Ver Tablas 9 y 10).

Tabla 9. Gastos de instalación.

Concepto	Monto
Depósito de renta de local	10,000.00
Instalación del área de juegos para niños	1,500.00
Instalación de mobiliario y equipo de área de exhibición	5,500.00
Instalación de mobiliario de envolturas	1,000.00
Instalación de mobiliario de caja y recepción	1,500.00
Acondicionamiento de local	1,300.00
Letrero exterior	2,500.00
Contratación de línea telefónica	2,800.00
Instalación de probadores	1,000.00
Software de sistema de cobranza	600.00
Acondicionamiento de sanitarios	<u>1,100.00</u>
Total	<u><u>28,800.00</u></u>

Tabla 10. Mobiliario y equipo.

Cant.	Concepto	Costo unitario	Monto
1	Mostrador para caja	800.00	800.00
1	Computadora	6,000.00	6,000.00
1	Mostrador para envolturas	1,000.00	1,000.00
1	Impresora	500.00	500.00
6	Exhibidores de ropa	1,000.00	6,000.00
1	Exhibidor de cajas para regalo	500.00	500.00
2	Sillas secretariales	250.00	500.00
1	Equipo de limpieza	350.00	350.00
2	Espejos para probadores	300.00	600.00
1	Televisor	1,000.00	1,000.00
1	DVD	1,300.00	1,300.00
1	Equipo de juguetes para área de niños	2,800.00	2,800.00
4	Anaqueles	5,000.00	20,000.00
1	Decoración juguetería	2,500.00	2,500.00
2	Sillas de corte para niño	2,500.00	5,000.00
1	Silla de corte para adulto	2,500.00	2,500.00
1	Lavabo para shampoo	1,200.00	1,200.00
3	Espejos	450.00	1,350.00
2	Cajoneras móviles	250.00	500.00
4	Depósitos de basura	150.00	600.00
3	Secadoras de pelo	300.00	900.00
2	Navajas eléctricas	220.00	440.00
2	Kit's de maquillaje	500.00	1,000.00
2	Pinzas eléctricas	200.00	400.00
2	Kit's de corte y peinado	500.00	1,000.00
2	Sillas para adultos	450.00	900.00
1	Sillón mediano	800.00	800.00
	Total		<u>\$ 60,440.00</u>

3.5. Materia prima.

Los productos que se ofrecerán en esta empresa serán de importación debido a que los costos son más bajos, lo que dará una ventaja competitiva ya que se podrán ofrecer productos de calidad a un menor precio que los de la competencia.

Después de un análisis de proveedores se seleccionó a *Kids Fashions* para la compra de ropa y a *Kids Toys store* para la compra de juguetes. Estos dos proveedores se seleccionaron porque nos ofrecen un mejor precio, están cerca de la frontera y nos garantizan la entrega de los productos en menos tiempo que otros.

Las marcas que estos proveedores manejan son conocidas por nuestros clientes potenciales, como son Teddy boom, BB kids, Kids land entre otras en ropa y Fisher-Price, Mattel, lego entre otras en los que se refiere a juguetes, lo que hará que se familiaricen rápido con nuestros productos (Ver Anexos A2 y A3).

Una desventaja que se encontró en estos proveedores es que sus precios son en dólares y nuestras ventas serán en pesos lo que nos posiciona en una situación de riesgo ya que estaremos a la expectativa de la paridad cambiaria que exista en nuestro país.

3.6. Manejo de inventario.

El inventario estará controlado por el contador de la empresa y este lo manejará por medio del control de inventarios donde se establezca la toma de inventario de manera mensual y así adquirir las mercancías de mas demanda y a la vez tener conocimiento de los productos con poca demanda para tomar la decisión de sacarlo de la tienda o cambiar la estrategia de ventas de estos productos.

Este tema va hacer un punto débil de la empresa debido a que se tenderán que planear las compras de mercancías con mucha anterioridad ya que estas deberán pasar por el padrón de importadores antes de estar en exhibición en la tienda.

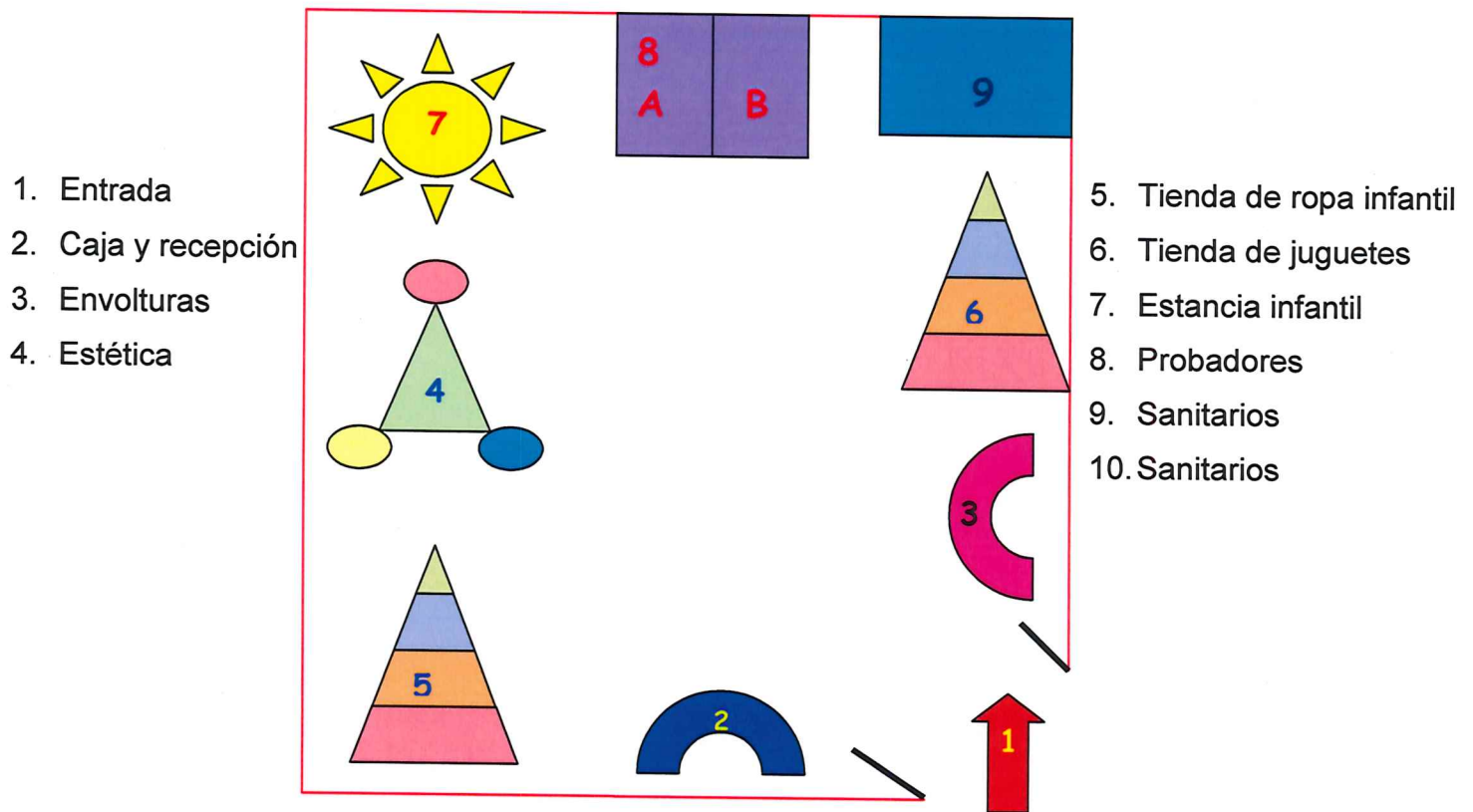
3.7. Ubicación de la empresa.

La empresa estará ubicada en la zona centro de la ciudad, en la calle Alvarado y Av. Juárez. Se escogió este local debido a que se cuenta con un amplio estacionamiento y por el rápido y fácil acceso por las vías rápidas que están a su alrededor y por los medios de transporte que transitan en esa área.

El local comercial se encuentra situado en un área muy visitado lo que atraería más clientes potenciales a la empresa. Este local esta rodeado de otros comercios y esta ubicado en una zona muy transitada lo que hace que haya la oportunidad de atraer mas clientes.

3.8. Diseño y distribución de la planta y oficinas.

A continuación se muestra el Layout de distribución de la empresa:



Este local cuenta con un segundo piso donde se ubicara el almacén y el área de administración.

3.9. Mano de obra requerida.

Esta empresa generará 15 empleos y requerirá de personal capacitado y con experiencia en el cuidado de niños y atención a los mismos, por lo que al momento de la selección de personal se cuidaran mucho estos detalles para que nuestros clientes sean atendidos de la mejor manera.

Las personas que trabajen dentro de la empresa deberán ser jóvenes, con energía, dinámicas, positivas, alegres, que le brinden confianza a nuestros clientes tanto adultos como infantes.

Los puestos importantes dentro de la tienda serán los de asistente de piso, estilista, asistente infantil, envolturas y cajas, ya que serán los que tendrán un contacto directo con los clientes. Los puestos que tendrán un trato indirecto con la tienda serán la secretaria, el contador y el gerente.

CAPITULO IV

ORGANIZACIÓN

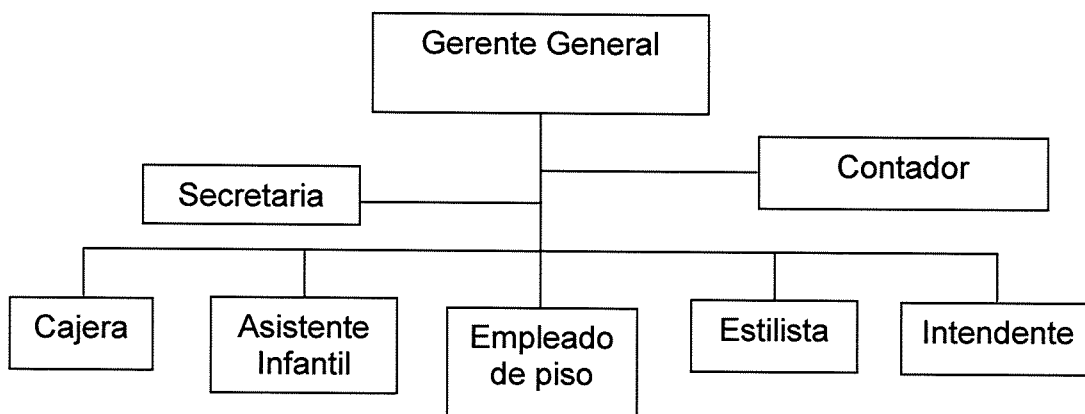
4.1. Estructura organizacional.

La finalidad de la estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de la empresa para trabajar juntos de forma óptima y así poder alcanzar las metas fijadas (Chiavenato, 2004).

Con esta estructura organizacional se definen las funciones y las relaciones que determinan formalmente las actividades que cada trabajador deber cumplir y el modo de comunicación entre cada uno (Chiavenato, 2004).

Para realizar esta estructura organizacional se realizó un análisis de los requerimientos necesarios para que esta empresa funcione correctamente y así lograr los objetivos establecidos, quedando la organización de la siguiente manera:

Organigrama



4.2. Funciones específicas por puesto.

Puesto: Gerente General

Descripción del puesto: Será responsable de la planeación, organización, dirección y control de la tienda.

Descripción del trabajo:

1. Realizar los trámites y pagos ante las dependencias pertinentes.
2. Coordinar y controlar las actividades del personal.
3. Realizar trámites y asesorías ante las secretarías e instituciones de comercio y gubernamentales.

Requerimiento del puesto:

Edad: 29 a 38 años.

Escolaridad: Licenciatura o equivalente

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos administrativos.

Habilidades necesarias: Responsable, dinámica, creativa, paciente, que le agrade convivir con niños.

Sueldo: \$ 2,500 pesos semanales brutos

Se pretende que este puesto sea ocupado por el propietario de la tienda

Puesto: Contador

Descripción del puesto: El contador tendrá a su cargo el área de almacén y nominas.

Descripción del trabajo:

1. Llevar el control y pago de nomina.
2. Llevar el control de los inventarios.

3. Programar y controlar las compras de mercancía y artículos para la prestación del servicio.

4. Realizar trámites fiscales y contables de la empresa.

Requerimiento del puesto:

Edad: 23 a 28 años.

Escolaridad: Licenciatura en Contaduría Pública.

Sexo: Indistinto.

Conocimientos: Conocimientos contables, fiscales y de inventarios.

Habilidades necesarias: Responsable, honesto, buena presentación, organizado y dinámico.

Sueldo: \$2,000 pesos semanales brutos

Puesto: Secretaria

Descripción del puesto: estará al mando del gerente y se encargara de las funciones secretariales que se requieran.

Descripción del trabajo:

1. Contestar llamadas telefónicas
2. Elaborar cartas, memorandums u oficios según sea el caso.
3. Apoyar al contador en lo que sea necesario.

Requerimiento del puesto:

Edad: 20 a 26 años.

Escolaridad: Preparatoria terminada.

Experiencia: 1 año de experiencia

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos generales de secretariado y conocimientos básicos de computación.

Sueldo: \$1,000 pesos semanales brutos

Puesto: Cajera

Descripción del puesto: La cajera tendrá a su cargo el área de caja, mostrador y recepción.

Descripción del trabajo:

1. Atender a los clientes en el momento que lleguen a la tienda, canalizándolos al área de ropa o al área de juegos según sea el caso.
2. Realizar el cobro a los clientes por el total de productos adquiridos.
3. Canalizar a los clientes al área de envolturas cuando lo soliciten.

Requerimiento del puesto:

Edad: 23 a 28 años.

Escolaridad: Preparatoria terminada.

Sexo: Femenino

Conocimientos: Manejo de caja registradora, conocimientos básicos de computación.

Habilidades necesarias: Responsable, honesta, buena presentación, paciente, que le agrade convivir con niños.

Sueldo: \$750 pesos semanales brutos

Puesto: Asistente infantil

Descripción del puesto: la asistente de la estancia infantil será responsable del cuidado y atención de los pequeños dentro del área.

Descripción del trabajo:

1. Recibir a los niños en la estancia.
2. Cuidar y atender a los niños mientras juegan en el área.
3. Responsable del manejo de la video-grabadora y las películas infantiles
4. Atender a los niños en caso de que quieran hacer uso del sanitario.

5. Responsable del mobiliario y equipo a su cargo.

6. Llevar a cabo la lectura de cuentos infantiles.

Requerimiento del puesto:

Edad: 20 a 26 años.

Escolaridad: Preparatoria terminada o carrera trunca.

Experiencia: 2 años de experiencia

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos generales de atención y cuidado de recién nacidos y niños de 1 a 9 años.

Sueldo: \$850 pesos semanales brutos

Puesto: Estilista

Descripción del puesto: la estilista deberá realizar los servicios de atención de cuidado personal tanto a niños como adultos.

Descripción del trabajo:

1. Atender a los clientes en el momento que ingresen al área de corte.
2. Realizar el servicio solicitado por el cliente según sea el caso.
3. Estar al pendiente del televisor en el área de corte.
4. Limpiar su área cada vez que finalice un servicio de corte.
5. Responsable del mobiliario y equipo a su cargo.

Requerimiento del puesto:

Edad: 23 a 28 años.

Escolaridad: Estilista titulada

Experiencia: 3 años en puesto similar mínimo

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos de corte, peinado, tinte, maquillaje estético y maquillaje para disfraz.

Habilidades necesarias: Responsable, honesta, buena presentación, paciente, que le agrade convivir con niños.

Sueldo: Los ingresos de un estilista son sobre la base de un 10% sobre el precio del servicio que realice.

Puesto: Asistente de piso

Descripción del puesto: la persona de piso se encargara de atender a los clientes al momento de sus compras.

Descripción del trabajo:

1. Atender a los clientes en sus compras.
2. Realizar el servicio solicitado por el cliente según sea el caso.
3. Responsable del equipo a su cargo.

Requerimiento del puesto:

Edad: 23 a 28 años.

Escolaridad: Secundaria terminada

Experiencia: no requerida

Sexo: Indistinto

Conocimientos: Conocimientos de atención a clientes.

Habilidades necesarias: Responsable, honesta, buena presentación, paciente, que le agrade convivir con niños.

Sueldo: \$850 pesos semanales brutos

Puesto: Envoltura

Descripción del puesto: la persona de envolturas prestará el servicio de envoltura de nuestros productos a los clientes que lo soliciten.

Descripción del trabajo:

1. Atender a los clientes en el momento que soliciten una envoltura.
2. Realizar el servicio solicitado por el cliente según sea el caso.
3. Limpiar su área cada vez que finalice un servicio de envoltura.
4. Responsable del equipo a su cargo.

Requerimiento del puesto:

Edad: 23 a 28 años.

Escolaridad: Secundaria terminada

Experiencia: no requerida

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos de envoltura de regalos de manera diversa.

Habilidades necesarias: Responsable, honesta, buena presentación, paciente, que le agrade convivir con niños.

Sueldo: \$550 pesos semanales brutos

Puesto: Intendencia

Descripción del puesto: la persona de intendencia será responsable de mantener la tienda limpia y en condiciones optimas para la atención de los clientes.

Descripción del trabajo:

1. Entrar antes de abrir la tienda para limpiarla y estar lista para recibir a los clientes.
2. Cuidar que la tienda se mantenga limpia durante el día.
3. Atender a los niños en caso de que quieran hacer uso del sanitario.
4. Responsable del mobiliario y equipo a su cargo.

Requerimiento del puesto:

Edad: 20 a 26 años.

Escolaridad: Secundaria terminada.

Experiencia: 2 años de experiencia

Sexo: Femenino

Conocimientos: Conocimientos generales de limpieza y cuidado de niños de 0 a 12 años.

Sueldo: \$600 pesos semanales brutos

4.3. Capacitación del personal.

La capacitación es una área muy importante para cualquier empresa que requiere estar a la vanguardia es por ello que se realizarán cursos de capacitación externos periódicos principalmente en el área de cuidado infantil, así como también se darán en lo administrativo y en otras áreas de la empresa, mismos que podrán realizarse dentro de la empresa o en otros lugares.

También se contara con un programa de capacitación interno que consistirá en: 1) explicar y demostrar la forma correcta de realizar la tarea; 2) ayudar al personal a desempeñarse primero bajo supervisión; 3) luego permitir que el personal se desempeñe solo; 4) evaluar el desempeño laboral y 5) capacitar a los trabajadores según los resultados de la evaluación. Es posible que haya que repetir estos pasos varias veces antes de que un trabajador capte correctamente lo que debe hacer. Cuando el trabajador ha asimilado su tarea, este podrá 6) afianzar sus conocimientos capacitando a otra persona. Este tipo de capacitación se hará cuando ingrese un nuevo trabajador o cuando alguno de nuestros trabajadores sea cambiado de puesto (Hellriegel, 2002).

4.4. Administración de sueldos y salarios.

La administración de sueldos y salarios le permitirá a la empresa crear principios de identidad, pertenencia y participación de todos los trabajadores logrando con ello el éxito tanto del individuo como de la organización.

Las compensaciones son un elemento esencial e importante tanto en el grado competitivo de la empresa, como en las relaciones de la organización con los trabajadores. La compensación es el área relacionada con la remuneración, básicamente es una relación de intercambio material entre las personas y la organización.

Las compensaciones pueden ser directas o indirectas; son directas cuando el empleado recibe el pago de su trabajo en forma de sueldos, salarios, primas y comisiones; e indirectas cuando recibe toda clase de recompensas que están incluidas en las compensaciones directas como vacaciones, gratificaciones, horas extras, seguros, etc. La suma del salario directo y del salario indirecto, es decir, la remuneración constituye todo cuanto el empleado recibe, directa o indirectamente, como consecuencia del trabajo que desarrolla en una organización se da el nombre de compensación al sistema de incentivos y recompensas a las personas que trabajan en ella (Reyes, 1999).

Los principales objetivos de las compensaciones de esta empresa serán:

- Premiar el desempeño de los empleados para satisfacción de ellos y de la empresa.
- Conservar la competitividad en el mercado laboral
- Mantener la equidad salarial entre los empleados
- Motivar el desempeño futuro de los empleados
- Atraer empleados nuevos
- Mejorar la eficiencia (productividad y control de costos) de la organización y fomentar orientaciones estratégicas como calidad, trabajo en equipo, e innovaciones

4.5. Evaluación del desempeño.

Toda evaluación es un proceso para estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de alguna persona.

“Los objetivos fundamentales de la evaluación del desempeño son:

1. Permitir condiciones de medición del potencial humano en el sentido de determinar su plena aplicación.
2. Permitir el tratamiento de los recursos humanos como un recurso básico de la empresa y cuya productividad puede desarrollarse indefinidamente, dependiendo la forma de administración.
3. Dar oportunidades de crecimiento y condiciones de efectiva participación a todos los miembros de la organización, teniendo en cuenta, por una parte, los objetivos empresariales y, por la otra, los objetivos individuales”. (Arias, 2000:328)

Los beneficios por área de esta empresa con una evaluación del desempeño serán:

En la Administración:

1. Se evaluará mejor el desempeño y el comportamiento de los empleados con base a las variables y los factores de evaluación, por medio de un sistema que evite la subjetividad;
2. Se identificarán las necesidades de capacitación del personal.
3. Permitirá proponer medidas y disposiciones orientadas a mejorar el patrón de comportamiento de los empleados;
4. Permitirá la comunicación con los subalternos para hacer que comprendan la mecánica de evaluación del desempeño.

Para el Trabajador

1. Conocerá los aspectos de comportamiento y de desempeño que la empresa valora más en sus trabajadores.
2. Conocerá cuáles son las expectativas de su supervisor acerca de su desempeño y sus fortalezas y debilidades.
3. Sabrá que medidas está tomando el jefe con el fin de mejorar su desempeño.
4. Adquirirá condiciones para hacer autoevaluación y autocrítica para su autodesarrollo y autocontrol.

Para la Empresa

1. Estará en condiciones de evaluar su potencial humano a corto, mediano y largo plazo y definirá la contribución de cada empleado.
2. Podrá identificar los empleados que necesitan cambio y/o perfeccionamiento en determinadas áreas de actividad y seleccionará los empleados que tienen condiciones de promoción o transferencias.
3. Podrá dar mayor dinámica a su política de recursos humanos, ofreciendo oportunidades a los empleados, estimulando la productividad y mejorando las relaciones humanas en el trabajo (Arias,2000).

Métodos de evaluación del desempeño

El sistema de evaluación del desempeño facilita la toma de decisiones, no sólo administrativas que afectan a los trabajadores, sino también centradas en el progreso e investigación organizacional. Se trata de una serie de técnicas que ayudan a evaluar cómo el personal pone en práctica los conocimientos, experiencias adquiridas, así como el manejo de las relaciones interpersonales formales y no formales en el puesto de trabajo (Hellriegel, 2002).

CAPITULO V

FINANZAS

5.1. Sistema contable de la empresa.

El sistema contable que se utilizará en esta empresa para el registro de sus operaciones era el analítico o pormenorizado.

El procedimiento analítico o pormenorizado es en el cual se maneja una cuenta para cada partida de compra-venta de mercancías.

Las cuentas más comunes en este sistema son las siguientes:

- Inventarios: esta cuenta se carga por el inventario inicial.
- Compras: esta cuenta se carga por todas las compras efectuadas.
- Gastos de compra: esta cuenta se carga por todos los gastos implicados en cada compra.
- Devoluciones sobre compras: esta cuenta se abona por las mercancías devueltas a los Proveedores.
- Rebajas sobre compras: esta cuenta se abona por las bonificaciones obtenidas por mercancías compradas.
- Ventas: esta cuenta se abona por las mercancías vendidas al contado o a crédito.
- Devoluciones sobre ventas: esta cuenta se carga por todas las mercancías devueltas por los clientes.
- Rebajas sobre ventas: esta cuenta se carga por los descuentos o bonificaciones otorgados a los clientes.

La ventaja de este método es que en cualquier momento se puede conocer el inventario inicial, las ventas, las compras, las rebajas y devoluciones sobre compras, debido al manejo de cada una de estas cuentas en especial. Se facilita

la determinación del estado de resultados y existe un mayor control de las operaciones de compra-venta de mercancías.

Para formular el estado de resultados bajo este método, se deben en principio conocer los importes de las ventas netas, compras netas, y costo de lo vendido, para lo cual se hacen los siguientes traspasos de saldos de las cuentas de resultados como sigue:

- Ventas netas.- Cancelar el saldo de las devoluciones y rebajas sobre ventas contra la cuenta de ventas
- Compras netas.- Cancelar el saldo de las devoluciones y rebajas sobre-compras al total de compras.
- El saldo de compras netas debe traspasarse al importe del inventario inicial, con lo cual se salda la cuenta de inventarios.
- La utilidad o pérdida del ejercicio se obtiene cancelando los saldos de las cuentas de inventarios, compras y ventas, traspasar a la de pérdidas y ganancias.

Este es un método recomendado para empresas que requieren conocer de manera detallada sus operaciones diarias (Romero, 2002).

5.2. Flujo de efectivo

En este flujo de efectivo se refleja el comportamiento del capital de trabajo, de los créditos que han sido otorgados a la empresa, de los ingresos anuales, así como el pago de impuestos y el pago a los proveedores, es decir nos muestra el total de efectivo que ingreso a la empresa y el total que egreso de la misma (Romero, 2002).

Este flujo de efectivo permitirá proyectar la estabilidad económica de la empresa en periodos futuros.

En la Tabla 11 se ve proyectada de manera concreta y confiable, la situación económica de la empresa en tiempos futuros, facilitando a su vez, el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de adeudos, pago de sueldos, etc.), como de las cantidades de dinero que ingresarán a la empresa, por concepto de ventas, intereses, etc.

Tabla 11. Flujo de Efectivo (Rodríguez, 2003).

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
INGRESO NETO	1,536,084.04	519,043.36	554,614.56	593,626.08	634,130.94	676,135.57
(-)PAGO DE CAPITAL	66,265.38	66,265.38	66,265.38	66,265.38	66,265.38	66,265.38
FLUJO NETO	1,469,818.66	452,777.97	488,349.17	527,360.70	567,865.56	609,870.18
CAPITAL DE TRABAJO	384,084.17	-	-	-	-	-
PAGO A PROVEEDORES		1,152,252.50	82,942.03	109,369.85	86,902.92	86,764.82
IMPUESTOS Y PTU		610,842.02	189,472.54	206,716.62	224,504.83	242,864.38
FLUJO EFECTIVO TOTAL	1,853,902.82	-1,310,316.54	215,934.60	211,274.22	256,457.81	280,240.99
(+)FLUJO EFECTIVO INICIAL	0	1,853,902.82	543,586.28	759,520.88	970,795.10	1,227,252.91
FLUJO EFECTIVO FINAL	1,853,902.82	543,586.28	759,520.88	970,795.10	1,227,252.91	1,507,493.90

5.3. Estados financieros proyectados

En los estados financieros proyectados se puede observar el comportamiento financiero que tendrá la empresa con el transcurso de los años, y de esta manera se podrán tomar decisiones que beneficien a la empresa, por ejemplo el realizar una nueva inversión.

El Balance General Proyectado (Ver Tabla 12) refleja el comportamiento de la situación patrimonial de una la empresa en con el transcurso del tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa (Moreno, 2002).

Tabla 12. Balance General Proyectado (Rodríguez, 2003).

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ACTIVO CIRCULANTE						
EFFECTIVO	1,853,902.82	543,586.28	759,520.88	970,795.10	1,227,252.91	1,507,493.90
INVENTARIO	1,152,252.50	1,209,865.13	1,270,358.38	1,333,876.30	1,400,570.12	1,470,598.62
TOTAL DEL ACTIVO CIRCULANTE:	3,006,155.32	1,753,451.41	2,029,879.26	2,304,671.40	2,627,823.03	2,978,092.52
ACTIVO FIJO						
MOB. Y EQUIPO	48,546.00	43,152.00	37,758.00	32,364.00	26,970.00	21,576.00
EQUIPO DE COMPUTO	4,355.00	2,210.00	65.00			
TOTAL DEL ACTIVO FIJO	52,901.00	45,362.00	45,362.00	37,823.00	32,364.00	26,970.00
ACTIVO DIFERIDO						
GASTOS DE INSTALACION	27,360.00	25,920.00	24,480.00	23,040.00	21,600.00	20,160.00
TOTAL DEL ACTIVO DIFERIDO	27,360.00	25,920.00	24,480.00	23,040.00	21,600.00	20,160.00
SUMA DEL ACTIVO TOTAL:	3,086,416.32	1,826,173.41	2,101,161.26	2,366,974.40	2,683,227.03	3,026,662.52
PASIVO A CORTO PLAZO						
PROVEEDORES	1,152,252.50	82,942.03	109,369.85	86,902.92	86,764.82	18,505.12
IMPUESTOS POR PAGAR	610,842.02	189,472.54	206,716.62	224,504.83	242,864.38	261,823.83
TOTAL DEL PASIVO A CORTO PLAZO	1,763,094.52	272,414.57	316,086.47	311,407.75	329,629.20	280,328.95
PASIVO LARGO PLAZO						
PRESTAMO	265,061.53	211,289.75	132,530.77	66,265.38	-	-
TOTAL DEL PASIVO A LARGO PLAZO	265,061.53	211,289.75	132,530.77	66,265.38	-	-
PASIVO TOTAL	2,028,156.05	483,704.32	448,617.24	377,673.13	329,629.20	280,328.95
CAPITAL						
CAPITAL SOCIAL	141,997.25	141,997.25	141,997.25	141,997.25	141,997.25	141,997.25
RESULTADOS DEL EJERCICIO	-	916,263.02	1,200,471.84	1,510,546.77	1,847,304.02	2,211,600.59
UTILIDAD DEL EJERCICIO	916,263.02	284,208.81	310,074.93	336,757.25	364,296.57	392,735.74
SUMA DEL CAPITAL	1,058,260.27	1,342,469.09	1,652,544.02	1,989,301.27	2,353,597.84	2,746,333.58
SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL:	3,086,416.32	1,826,173.41	2,101,161.26	2,366,974.40	2,683,227.03	3,026,662.52

El Estado de Resultados Proyectado (Ver Tabla 13) muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de la empresa durante el transcurso de los años, presenta la situación financiera de la empresa tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa (Moreno, 2002).

Tabla 13. Estado de Resultados Proyectado (Rodríguez, 2003).

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas totales	6,464,300.00	6,787,515.00	7,126,890.75	7,483,235.29	7,857,397.05	8,250,266.90
Inv Inicial	0.00	1,152,252.50	1,209,865.13	1,270,358.38	1,333,876.30	1,400,570.12
Compras	4,609,010.00	4,839,460.50	5,081,433.53	5,335,505.20	5,602,280.46	5,882,394.48
Inv Final	1,152,252.50	1,209,865.13	1,270,358.38	1,333,876.30	1,400,570.12	1,470,598.62
Costos Totales	3,456,757.50	4,781,847.88	5,020,940.27	5,271,987.28	5,535,586.65	5,812,365.98
Contribución Marginal	3,007,542.50	2,005,667.13	2,105,950.48	2,211,248.01	2,321,810.41	2,437,900.93
Gastos de venta	1,179,759.00	1,236,153.00	1,297,618.95	1,362,158.20	1,429,924.41	1,501,078.93
Gastos de admon	221,160.00	232,218.00	243,828.90	256,020.35	268,821.36	282,262.43
Utilidad antes de interes e imptos.	1,606,623.50	537,296.13	564,502.63	593,069.46	623,064.64	654,559.57
Intereses	79,518.46	63,614.77	47,711.08	31,807.38	15,903.69	0.00
Utilidad antes de impuestos	1,527,105.04	473,681.36	516,791.56	561,262.08	607,160.94	654,559.57
IMPTO (30%) PTU (10%)	610,842.02	189,472.54	206,716.62	224,504.83	242,864.38	261,823.83
UTILIDAD NETA	916,263.02	284,208.81	310,074.93	336,757.25	364,296.57	392,735.74

5.4. Supuestos utilizados en las proyecciones financieras.

Para conocer más acerca de la situación financiera que estará proyectando esta empresa a continuación se presentan algunos supuestos utilizados para conocer el comportamiento de los ingresos, los costos y algunas otras partidas que manejará esta empresa.

Punto de equilibrio operativo

En el proceso de planeación operativa de esta empresa se consideraran tres elementos costo, volumen y precio en el momento en que los ingresos son iguales a los costos se considera que no tiene utilidad y pérdida y al analizar los resultados generados a través de los años el comportamiento de esta relación es la siguiente (Moreno, 2002):

- 1.- Tanto la función de los ingresos como los costos guardan un comportamiento lineal.
- 2.- Existe una sincronización perfecta entre el volumen de ventas y el de compras.

Tabla 14. Punto de equilibrio operativo anual.

Año	P.E.O.
2006	4,857,676.50
2007	6,250,218.88
2008	6,562,388.12
2009	6,890,165.82
2010	7,234,332.42
2011	7,595,707.34

Con esta información se pueden proyectar las ventas y los costos que generara la empresa y así determinar el rendimiento que se tendrá (Moreno, 2002).

Análisis de rentabilidad

Bajo el análisis de rentabilidad se estimará la relación utilidad / inversión, TIR y VPN basándose en la utilidades y flujos de efectivo realizados, tomando en cuenta el costo de capital del 24% (Moreno, 2002).

Tabla 15. Rentabilidad de la empresa

EMPRESA	RELACION UTILIDAD / COSTO	TIR	VPN	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION
FERYKA	0.87	208.96%	\$459,673.89	1er. Año

Al observar los datos arrojados por la tabla 15 nos percatamos de que acorde con el nivel de ventas, así como los costos y precio de venta con lo que se generará un flujo de efectivo que a través de los años va ir aumentando se tendrá un periodo de recuperación en el 1er. año para la empresa, y si se compara la Tasa Interna de Rendimiento se observa que es mas alta que el costo de capital promedio de la empresa por lo tanto se tiene un rendimiento siendo viable en virtud de que su operación es capaz de generar los recursos necesarios para cubrir sus costos y gastos, y esto también se ve reflejado en su Valor Presente Neto donde también le queda ganancia después de recuperar su inversión total.

Análisis de sensibilidad

Se realizaron análisis de sensibilidad de las proyecciones tanto optimistas como pesimistas de las variables más relevantes

Tabla 16. Análisis de sensibilidad (Moreno, 2002).

VARIABLE	RANGO			VALOR ACTUAL NETO MILLONES y TIR		
	PESIMISTA	ESPERADA	OPTIMISTA	PESIMISTA	ESPERADA	OPTIMISTA
UNDS VENDIDAS	35000	36216	38000	TIR 28.10% VPN (6,250.10) Tasa de 24%	TIR 208.96% VPN 459,673.89	TIR 309.19% VPN 1,143,392.33 Tasa de 24%
PRECIO UNITARIO	173	185	200	TIR 1.32% VPN 32,580.21	TIR 208.96% VPN 459,673.89	TIR 431.16% VPN 2,131,920.01
COSTO VARIABLE	AUMENTO 10%	AUMENTO 5%		TIR 71.06% VPN 337,453.07	TIR 208.96% VPN 459,673.89	TIR 236.09% VPN 1,188,204.56
COSTOS FIJOS	AUMENTO 20%	AUMENTO 5%		TIR (14.89%) VPN 182,274.72	TIR 208.96% VPN 459,673.89	TIR 219.71% VPN 703,163.27

En la Tabla 16 se presenta el análisis de sensibilidad que condensa los flujos de efectivo proyectados con cuatro diferentes variables con lo que se observan las diferentes variables y circunstancias que pueden influir para que la empresa este en riesgo o no, y de esta manera se pueda realizar una planeación estratégica por si algunas de las circunstancias analizadas se presentan cuando la empresa este activa y así los riesgos que se corran sean mínimos.

Para la proyección de ventas esperadas se utilizan 36216 unidades vendidas al año a un precio de \$185 cada una generando un aumento de 5% en ambos costos, para la pesimista se utilizan ventas de 35000 unidades a un precio de \$173 cada una con un aumento en los costos variables del 10% y un 20% en los costos fijos, y en la proyección optimista se utilizan 38000 unidades vendidas a un precio de \$200 cada una y sin aumento en los costos.

Este análisis nos indican en la proyección pesimista que la tasa interna de rendimiento disminuye por lo tanto también el valor presente neto lo contrario que en la proyección optimista ya que en este caso aumentan, lo que le daría a la empresa una estabilidad económica en la que se podrían realizar inversiones sin riesgo para la empresa. Asimismo se deben tomar medidas preventivas para que la empresa no se encuentre en el estado pesimista proyectado ya que de ser así estaría en peligro la estabilidad económica de la empresa.

El beneficio de realizar el análisis de sensibilidad es simplemente para conocer lo negativo y positivo que pueden ser la circunstancias en que se encuentre la empresa al momento de estar operando.

5.5. Sistema de financiamiento.

Esta empresa se financiara por medio de una sofol denominada Corporación Financiera de Occidente, S. A. de C. V. "FINOX", misma que financiara la inversión inicial en con un 70% de su valor, con una tasa de interés del 24%, a un plazo de 5 años.

Este financiamiento es de gran utilidad para la empresa que inician ya que ayuda a que la inversión inicial no sea muy alta y ofrece un financiamiento económico accesible dentro del sector comercial.

CAPITULO VI

ASPECTOS LEGALES DE IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN

6.1. Definición del régimen de constitución de la empresa.

Esta empresa será constituida bajo el régimen general de ley como persona física, debido a que se requiere estar en este régimen para poder ingresar al padrón de importadores.

6.2. Trámites fiscales

Los trámites legales que se deben realizar para poner en marcha este proyecto son los siguientes:

1. Ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico se presenta el formulario R-1 con el anexo 5, para registrarse ante esta institución y obtener la cedula de identificación fiscal. Los documentos que deben acompañar al formulario son:
 - Original y copia del acta de nacimiento.
 - Original y copia de comprobante de domicilio.
 - Original y copia de identificación oficial.
 - Especificar la actividad o giro de la empresa.

2. El siguiente registro es ante Gobierno del Estado de Baja California, mediante el formato denominado Aviso al Registro Estatal de Causantes, los documentos que se adjuntan al formato son:
 - Original y copia de la cedula de identificación fiscal.
 - Original y copia del formulario R-1.

- Original y copia de identificación oficial.
3. Una vez inscrita en estas dos instituciones se procederá a dar de alta en el padrón de importadores, donde se requerirán los siguientes documentos:
- Original y copia de la cedula de identificación fiscal.
 - Original y copia del formulario R-1, sellado por el gobierno del estado.
 - Original y copia de identificación oficial.
 - Comprobante de domicilio.

6.3. Trámites laborales

Esta empresa contará con trabajadores por lo tanto deberá registrarse ante el Instituto Mexicano del Seguro Social, donde se presenta el formato Afil-01 acompañado de los siguientes documentos:

- Original y copia del registro ante la S. H. C. P.
- Original y copia del registro ante el Gobierno del Edo. de B. C.
- Original y copia de Hoja de inscripción de las empresas en el seguro de riesgos de trabajo.
- Los formatos Afil-02 de cada trabajador para su registro ante este instituto.

CAPITULO VII

RIESGOS CRITICOS.

7.1. Riesgos críticos

Uno de los riesgos más grandes para esta empresa será la compra de mercancías en el extranjero ya que no se sabe con precisión como se comportará el tipo de cambio peso-dólar, por lo que se tendrán que tomar medidas preventivas para solventar alguna devaluación.

De igual manera se convierte en riesgo la compra de mercancías en el extranjero por el tiempo que se tardan en llegar las mercancías debido a que una vez compradas estas deben pasar por la aduana y para ser importadas por lo que esto llevara tiempo y si algún producto es muy demandado y no esta en existencia podrá ocasionar la pérdida de algunos clientes.

ANEXOS

A. 1 Determinación del tamaño de la muestra a encuestar.

$$n = \frac{(o)^2 N p q}{(e)^2(N-1) + (o)^2 pq}$$

donde: o = Nivel de confianza

N = Mercado meta

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Número de elementos

DATOS

$$o = 1.96$$

$$e = 5\%$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$N = 26,890$$

Sustitución

$$N = \frac{3.84 \times 26,890 \times 0.50 \times 0.50}{.0025 \times (26,890-1) + 3.84 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{25,814.40}{68.18}$$

$$n = 379$$

A. 2 Encuesta

La presente encuesta se realiza para conocer su opinión acerca la compra de ropa infantil.

1. ¿Cual es su edad?

18-25 años

26-35 años

36-50 años

2. ¿Rango de ingreso mensual actual?

500-4000 pesos

5000-9000 pesos

10,000 pesos o más

3. ¿Actualmente tiene alguna relación cercana a niños de 0 a 12 años?

Si

No

4. ¿Compra ropa infantil?

Si

No

5. ¿Qué criterios utiliza para comprar la ropa infantil?

Precio

Calidad

Moda

Durabilidad

6. ¿Dónde compra la ropa infantil?

Dorian's

Aguila

B`MART

Otras

7. ¿Qué marcas de ropa infantil prefiere?

Osh Kosh

Carter's

Tobby

Otras

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un conjunto de ropa infantil?

50-100 pesos

150-300 pesos

350-500 pesos

9. ¿Con que frecuencia compra ropa infantil?

1-3 veces al año 4-6 veces al año 7 o más veces al año

10. ¿Compra juguetes para niños?

Si No

11. ¿ Con que frecuencia compra juguetes para niños?

1-3 veces al año 4-6 veces al año 7 o más veces al año

12. ¿Le gustaría que hubiera una estética especializada para niños?

Si No

13. ¿Le gustaría que existiera un centro comercial dedicado a niños?

Si No

14. ¿Le gustaría ir de compras y que sus hijos estén en un lugar seguro?

Si No

15. ¿En que área de la ciudad le gustaría que se abriera un centro comercial especializado para niños?

Zona Sur Zona Centro Zona Norte

La información proporcionada será tratada con estricta confidencialidad.

A. 3 Catalogo de ropa infantil

KIDS FASHIONS

Catalog clothing kids

Sizes:

Newborn: 3/6, 6/9 and 9/12 months.

Infant: 2T-6T.

Toddler: 7T-10T.

Newborn clothing girl



Royal Wear/Novelty
Creeper # RWBG-
1008-M
\$ 2.25



Tuti Fruiti/3 Piece
Bib Set # TFBG-
2176
\$ 4.99



Tuti Fruiti/Fleece Set #
TFBG-2262
\$ 4.99



Tuti Fruiti/Fleece
Sleeper # TFBG-2244
\$ 4.00



Tuti Fruiti/Fleece
Sleeper # TFBG-2248
\$ 4.00



Kohana/Jog Set
HWBG-08802
\$ 4.25



Teddy Boom/Corduroy
Skirt Set # HWBG-
07657
\$ 6.99



BB Kids/3 Piece
Velour Set # BBBG-
6070-YSBS
\$ 7.49



BB Kids/3 Piece Velour
Set # BBBG-6070-PB
\$ 7.49



Boutique Duck
Duck
Goose/Fleece Set
DGBG-00927
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Overall # SBG-3003
\$ 8.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Bodysuit # SBG-3002
\$ 6.99



Designer V-
Baby/Polar Fleece
Longall # SBG-3004
\$ 12.99



Designer V-
Baby/2 Piece Set
SBG-3001
\$ 11.99



Teddy Boom/Footed
Sleep-N-Play # HWBG-
05115
\$ 3.75



Teddy Boom/3 Piece
Set # HWBG-08821
\$ 7.99



Boutique Duck Duck
Goose/3 Piece Set #
DDBG-00830
\$ 10.99



Boutique Duck
Duck Goose/3
Piece Velour Set
DDBG-00896
\$ 13.99



Coney Island
Baby/Coverall & Gown
CIBG-15A
\$ 8.25



Designer V-
Baby/Cotton Top #
SBG-2403
\$ 3.99



Completed Look By
Designer V-Baby #
SBG-2961.63
No Price



Designer
Separates By V-
Baby/Cotton
Bodysuit # SBG-
2963
\$ 4.99



Designer Separates By
V-Baby/Wale Corduroy
Jacket # SBG-2962
\$ 8.99



Designer Separates By
V-Baby/Wale Corduroy
Overall # SBG-2961
\$ 10.99



Designer V-
Baby/Longall # SBG-
2921
\$ 8.99



Designer V-
Baby/Longall #
SBG-2922
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Sleep-N-Play Set
SBG-286
\$ 7.99



Duck Duck
Goose/PREEMIE 3
Piece Set # DGPG-
90835
\$ 12.99



Kids Land/3 Piece
Sleep-n-Play Gift Set #
BG-12382
\$ 9.25



Kids Land/4 Piece
Gift Set # BG-
12381
\$ 9.25



Kids Land/2 Piece Set
BG-12350
\$ 7.99



V-Baby/Coordinating
Jacket # SBG-2602
\$ 4.99



Designer V-Baby/3
Piece Set # SBG-
2481.82
\$ 17.99



Designer V-
Baby/Coverall
w/Top # SBG-
2402.03
\$ 13.99



Designer V-Baby/3
Piece Jacket Set #
SBG-2401.03
\$ 25.99



Teddy Boom/Fleece
Blanket # HWG-5000-P
\$ 2.99



Teddy Boom/Fleece
Blanket # HWG-5000-
C
\$ 2.99

Newborn clothing boy



Royal Wear/Novelty
Creeper # RWBB-
1008-M
\$ 2.25



Tuti Fruiti/3 Piece
Bib Set # TFBB-
2175
\$ 4.99



Tuti Fruiti/Velour Set #
TFBB-4613
\$ 6.99



Tuti Fruiti/2 Piece
Footed Set # TFBB-
4609
\$ 5.99



Teddy Boom/Denim
Pant Set # HWBB-
07181
\$ 7.99



Girard/Jogging
Set # HWBB-
08222
\$ 4.49



BB Kids/Fleece Set #
BBBB-5317-Y
\$ 7.49



BB Kids/Hooded
Fleece Set # BBBB-
5317-N \$ 7.49



BB Kids/Fleece Set #
BBBB-5317-O
\$ 7.49



BB Kids/Fleece
Set # BBBB-5317-
R
\$ 7.49



Boutique Duck Duck
Goose/Fleece Set #
DGBB-50929
\$ 7.99



Boutique Duck Duck
Goose/Fleece Set #
DGBB-50928
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Polar Fleece Overall #
SBB-2994
\$ 8.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Bodysuit # SBB-
2993
\$ 5.99



Designer V-Baby/2
Piece Polar Fleece Set
SBB-2991
\$ 11.99



Teddy Boom/3 Piece
Set # HWBB-08233
\$ 7.99



Teddy Boom/Denim
Pant Set # HWBB-
07182
\$ 7.49



Teddy
Boom/Footed
Sleep-N-Play #
HWBB-05115
\$ 3.75



Teddy Boom/Camo
Creeper # HWBB-
05111
\$ 2.25



Teddy Boom/Fleece
Set # HWBB-08232
\$ 6.99



Tuti Fruiti/3 Piece Set #
TFBB-2179
\$ 4.75



Coney Island
Baby/Coverall &
Gown # CIBB-15B
\$ 7.49



Coney Island
Baby/Coverall
w/Blanket # CIBB-12C
\$ 6.99



Coney Island
Baby/Coverall
w/Blanket # CIBB-22C
\$ 6.99



Coney Island
Baby/Sleeper w/Bib #
CIBB-24C
\$ 5.00



Coney Island
Baby/Sleeper
w/Bib # CIBB-14C
\$ 5.00



Designer V-
Baby/Sleep-N-Play
w/Bib # SBB-281
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Longall # SBB-
2912
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Longall # SBB-
2911
\$ 8.99



Designer V-
Baby/Sleep-N-Play
SBG-289
\$ 7.99



Designer V-
Baby/Woven Flannel
Plaid Top # SBB-2952
\$ 5.49



Tuti Fruiti/3 Piece
Sleep-N-Play Set #
TFBB-2183
\$ 4.99



BB Kids/Longall
w/Cap # BBBB-2621-
BY
\$ 6.49



BB Kids/Velour
Sleep-n-Play #
BBBB-2060-BM
\$ 6.49



Duck Duck Goose/5
Piece Take Me Home
Set # DGBB-50518
\$ 14.99



Kids Land/3 Piece
Sleep-n-Play Gift Set #
BB-12382
\$ 9.25



-Kids Land/4 Piece Gift
Set # BB-12381
\$ 9.25



Kids Land/2 Piece
Set # BB-12338
\$ 7.99



Kids Land/Longall #
BB-12324
\$ 5.99



Bon Blues/Short Set #
BB-11856
\$ 4.99



Kids Land/Sleep-n-
Play Set w/Burp Cloth
BB-12383
\$ 6.99



Kids Land/Short
Set # BB-12307
\$ 3.99



Designer V-Baby/3
Piece Longall Set #
SBB-2391.93
\$ 25.19



-Designer V-
Baby/Plaid Top # SBB-
2473
\$ 6.50



Teddy Boom/Fleece
Blanket # HWB-5000-P
\$ 2.99



Teddy
Boom/Fleece
Blanket # HWB-
5000-C
\$ 2.99

Infant clothing girl



Royal
Wear/Hooded
Fleece Set # RYIG-
1528
\$ 7.99



Royal Wear/PJ Set #
RWIG-702
\$ 4.99



Royal Wear/Denim
Jacket Set # RWIG-
4706
\$ 9.99



Royal Wear/2 Piece
Hooded Set # RWIG-
1522
\$ 7.49



Coney Island
Girls/Fleece Set #
CIIG-11212
\$ 6.99



Tuti Fruiti/3 Piece Set
TFIG-4806
\$ 5.99



Teddy Boom/Hooded
Jog Set # HWIG-
18772
\$ 6.99



- Teddy
Boom/Corduroy Skirt
Set # HWIG-17657
\$ 6.99



BB Kids/3 Piece Set
BBIG-5366-C
\$ 7.99



BB Kids/3 piece Set #
BBIG-5366-P
\$ 7.99



BB Kids/4 Piece Set #
BBIG-5367-P
\$ 7.99



BB Kids/4 Piece Set #
BBIG-5367-Y
\$ 7.99



Teddy Boom/2
Piece Set # HWIG-
18818
\$ 7.99



- Designer V-
Baby/Coordinating
Top # SIG-3022
\$ 6.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Jacket # SIG-3024
\$ 7.99



Designer V-Baby/2
Piece Polar Fleece Set
SIG-3021
\$ 12.99



Teddy Boom/Fleece
Set # HWIG-18826
\$ 6.99



Teddy Boom/Denim
Pant Set # HWIG-
17670
\$ 10.99



Completed Look by
Designer V-Baby #
SIG-2981.83
No Price



Designer Separates
By V-
Baby/Coordinating
Top # SIG-2983
\$ 4.99



Baby Designer
Separates/Corduroy
Jacket # SIG-2982
\$ 9.99



Designer V-Baby
Separates/Wale
Corduroy Pant # SIG-
2981
\$ 7.99



Designer V-Baby/Long
John Set # SIG-284
\$ 6.99



Tuti Fruiti/2 Piece Set
TFIG-4812
\$ 6.99



Coney
Island/Fleece Set #
CIIG-12219
\$ 6.99



Kids Land/Capri Set #
IG-11970
\$ 9.99



Kids Land/3 Piece
Capri Set # IG-12388
\$ 7.99



V-Baby/Long John Set
S202
\$ 4.99



Ready 4
Action/Short Set #
R4AIG-33522
\$ 4.99



Teddy Boom/Denim
Skirt Set # HWIG-
12287
\$ 4.49



Baby/2 Piece Set #
SIG-2702.03
\$ 9.25

Infant clothing boy



Royal Wear/PJ Set #
RWIB-601
\$ 4.99



Royal Wear/2 Piece
Set # RWIB-1535
\$ 7.49



Ready 4 Action/Short
Set# R4AIB-33523
\$ 7.49



Tuti Fruiti/Hooded
Fleece Set # TFIB-
4809
\$ 7.99



Tuti Fruiti/Thermal
Set # TFIB-3102
\$ 3.99



Girard/Jogging Set #
HWIB-18222
\$ 4.49



Girard/Jogging Set #
HWIB-18203
\$ 4.49



Girard/Polyester
Fleece Jog Set #
HWIB-18225
\$ 4.49



Teddy Boom/Denim
Pant Set # HWIB-
17178
\$ 7.99



Girard/Jogging Set #
HWIB-18208
\$ 4.49



BB Kids/Fleece Set #
BBIB-5317-Y
\$ 7.49



BB Kids/Hooded
Fleece Set # BBIB-
5317-N
\$ 7.49



BB Kids/Fleece Set #
BBIB-5317-O
\$ 7.49



BB Kids/Fleece Set #
BBIB-5317-R
\$ 7.49



Designer V-
Baby/Coordinating
Polar Fleece Safari
Overall # SIB-3013
\$ 8.99



Designer V-
Baby/Coordinating
Bodysuit # SIB-3012
\$ 5.99



Designer V-
Baby/Jacket/Pant Set
SIB-2931
\$ 14.99



Teddy Boom/Hooded
Set # HWIB-18235
\$ 6.99



Teddy Boom/Hooded
Jog Set # HWIB-
18232
\$ 6.99



Tuti Fruiti/PJ Set #
TFIB-2225
\$ 4.99



Designer V-Baby #
SIB-2971.73
No Price



Designer V-Baby
Separates/Wale
Corduroy Jacket #
SIG-2972
\$ 10.99



Designer Separates
By V-Baby/Wale
Corduroy Pant # SIB-
2971
\$ 9.99



-Designer Separates
By V-Baby/Woven
Plaid Flannel Top #
SIB-2973
\$ 6.99



Designer V-
Baby/Long John Set #
SIB-287
\$ 5.99



Baby/Long John Set
SIB-283
\$ 5.99



BB Kids/3 Piece
Velour Set # BBIB-
6021
\$ 6.99



BB Kids/Longall w/Bib
and Socks # BBIB-
2622-N
\$ 7.99



BB Kids/Longall w/
Bib and Socks #
BBIB-2622-MNS
\$ 7.99



BB Kids/3 Piece Knit
Set # BBIB-5316-B
\$ 6.99



V-Baby/Long John
Set # S202
\$ 4.99



What 2 Wear/Short
Set w/Ball # W2WIB-
33547
\$ 4.49



What 2 Wear/Short
Set w/Ball # W2WIB-
33545
\$ 4.49



Disney/3 Piece Set #
DIB-13825
\$ 6.99



What 2 Wear/Short
Set # W2WIB-33543
\$ 3.99



V-Baby/Polo Shirt #
SIB-2573
\$ 4.49



V-Baby/Camp Shirt #
SIB-2611
\$ 6.99



Disney/Short Set #
DIB-13733
\$ 5.99



Teddy Boom/Sports
Set # HWIB-11346
\$ 3.99



Teddy Boom/Swim
Set # HWIB-11327
\$ 3.99



- Baby/Cotton Short #
SIB-2652
\$ 5.99



Designer V-Baby/Vest
SIB-2651
\$ 6.99



Designer V-Baby/3
Piece Set # SIB-
2611.12
\$ 16.99



Teddy Boom/Denim
Short Set # HWIB-
11292
\$ 3.99



V-Baby/Short Set #
SIB-2571.72
\$ 10.99



Baby/Cotton Romper
SIB-065-B \$ 7.69



Teddy Boom/Short
Set # HWIB-11297
\$ 3.99



Baby/Terry Beach Set
SIB-2411.12
\$ 14.99



Baby/Plaid Top # SIB-
2451
\$ 6.99



Designer V-
Baby/Jacket # SIB-
2491
\$ 6.99



- Designer V-Baby/3
Piece Set # SIB-
2491.93
\$ 19.99



KidConnection/Short
Set # BWIB-14100-
Available in sizes 6/9,
12, 18 and 24.
\$ 2.99



Designer Collection V-
Baby/Sherpa Jacket
Set # SIB-2371.73
\$ 21.99

Toddler clothing girl



Royal Wear/Toddler
Girl Denim Set #
RWTG-4804
\$ 11.99



Royal Wear/Hooded
Fleece Set # RWTG-1628
\$ 8.99



Royal Wear/Hooded
Fleece Set # RWTG-
1618
\$ 8.99



Royal
Wear/Denim Set
RWTG-4806
\$ 11.99

Toddler clothing boy



Royal Wear/Fleece Jacket Set # RYTB-1635
\$ 8.99



Royal Wear/Toddler Boy Denim Set # RWTB-
4803 \$ 11.99

A. 4 Catalogo de juguetes

Kids Toys store

0 - 12 Mos.

Bathtime Playset
By Geoffrey
Price: **\$3.99**



Winnie The Pooh Sleepy
Wonderland
By The First Years
Price: **\$3.99**



Intellitainer
By Mattel
Price: **\$6.99**



Fisher-Price Link-a-dooos -
Tummy Fun Turtle
By Fisher-Price
Price: **\$16.99**



My First Rattle
By The First Years
Price: **\$2.99**



New Sensations: Jittering
Julie
By Tiny Love
Price: **\$2.99**



Mix and Match Fridge
Phonics
By Leap Frog
Price: **\$4.99**



By Fisher-Price
Price: **\$3.99**



Lamaze: Multi-Sensory
Clutch Cube
By Learning Curve
Price: **\$2.99**



Move & Crawl Ball
By VTech
Price: **\$2.99**



5-In-1 Adjustable Gym
By Little Tikes
Price: **\$8.99**



Massaging Action Teether
By The First Years Price: **\$2.99**



Lil' Cement Truck
By Mega Bloks
Price: **\$4.99**



Fisher Price Little People School Bus
By Fisher-Price
Price: **\$5.99**



Push Ride Racer
By Little Tikes
Price: **\$9.99**



Magical Light Up Ride Ons - Red
By Moose Mountain
Price: **\$9.99**



Spider-Man Plush Chair
By Spin Master Toys
Price: **\$9.99**



Winnie The Pooh Baby's First Friends
By Mattel
Price: **\$4.99**



12 - 24 Mos.

Winnie The Pooh Teach N Lights Phone English Version
By VTech
Price: **\$7.99**



Lego Explore Bucket (4085)
By Lego
Price: **\$4.99**



Fold 'N Go Farm
By Fun Years
Price: **\$4.99**



See 'N Say The Farmers Says
By Fisher-Price
Price: **\$4.99**



Intellitainer
By Mattel
Price: **\$9.99**



Fridge Phonics Magnetic Letter Set –
By Leap Frog
Price: **\$5.99**



80 Piece Bigger Than Me
By Mega Bloks
Price: **\$4.99**



Double-Sided Musical
Dance Mat
By Fun Years
Price: **\$8.99**



Girls Rock Roll and
Ride XL Trike
By Fisher-Price
Price: **\$9.99**



Winnie The Pooh Pleasant
Dreams Crib Light
By The First Years
Price: **\$6.99**



10" Dora The Explorer:
Best Friends Trike
By Huffy
Price: **\$9.99**



Little People Ramps
Around Garage
By Fisher-Price
Price: **\$8.99**



My First Ride On
By Kiddieland
Price: **\$7.99**



Laugh 'N Learn Learning
Car English Version
By Fisher-Price
Price: **\$8.99**



Little Tikes Bathtime Band
By Little Tikes
Price: **\$2.99**



Block Buddies - My Pirate
Ship
By Mega Bloks
Price: **\$4.98**



3-4 years

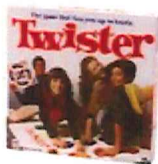
Good Morning Sunshine
So Soft My Little Pony
By Hasbro
Price: **\$4.99**



Thomas the Tank Engine Work
and Play Roundhouse Set
Price: **\$5.99**



Twister
By Milton Bradley
Price: **\$6.99**



Pile High Ploughing
By Fisher-Price
Price: **\$1.99**



Barbie 20-Piece
Beauty Set
By Arbor Toys
Price: **\$6.99**



Search light rescue
By Fisher-Price
Price: **\$1.99**



Littlest Pet Shop –
Purr-fection Salon
By Hasbro
Price: **\$4.99**



Preschool Push Along
Piper Plane
By Bruin
Price: **\$3.99**



Deep Digs Crew
By Fisher-Price
Price: **\$1.99**



Deluxe Talking Tool Belt
By Learning Curve
Price: **\$3.99**



Little Champs Hide
Inside Sports Balls
By Little Tikes
Price: **\$3.99**



Swirlin' Sawdust
Workshop
By Little Tikes
Price: **\$12.99**



5-7 years

Barbie Fashion
Fever Styling Head
By Mattel
Price: **\$5.99**



Littlest Pet Shop - 4
Bobblin' Pets
By Hasbro
Price: **\$2.99**



Nerf N-Strike
Firefly REV-8
By Hasbro
Price: **\$3.99**



Barbie Primp and Polish
Styling Head
By Mattel
Price: **\$5.99**



Elmo Knows Your Name
By Fisher-Price
Price: **\$4.99**



Dora the Explorer Storage
Step Stool
By Delta Enterprises
Price: **\$7.99**



Spider-Man Electronic
Web Power Gloves &
Mask Set
By Grand Toys
Price: **\$8.99**



Hip-To-Be-Square Jewels
And Key Ring
By Lego
Price: **\$2.98**



Polly Pocket! Quik-Clik
House of Style Playset
By Mattel
Price: **\$6.99**



EXO Force Hero Battle
Machine
By Lego
Price: **\$3.99**



Disney Princess: Cinderella
Magical Talking Vanity
By Creative Designs
Price: **\$9.99**



Bob the Builder Take
Along Vehicles - Scoop
By Learning Curve
Price: **\$4.99**



7 oz Single Trainer Cup w/
Handles Various Colours
By Avent
Price: **\$2.99**



Little People Doodle Pro
By Fisher-Price
Price: **\$2.99**



Bratz Birthday Bash Yasmin
By MGA Entertainment
Price: **\$8.99**



Disney Princess Pocket
Cushion - Belle
By Disney
Price: **\$3.99**



8-12 years

Barbie Collector Pink Label:
Dolls of the World:
Chinese New Year
By Mattel
Price: **\$6.99**



Battle B-Daman Direct Hit
Battle - Rekuso DHB
By Hasbro
Price: **\$3.99**



Lego - Ocean Odyssey
By Lego
Price: **\$9.99**



Lego Stories & Themes
Knights' Kingdom Figure:
Sir Danju (8791)
By Lego
Price: **\$3.99**



Ballet Dreams Barbie
By Mattel
Price: **\$6.99**



Bathtub With Sound
By You & Me
Price: **\$4.99**



Marvel Legends Legendary
Rider Series Figure:
Logan (Green pants)
By Grand Toys
Price: **\$4.99**



REFERENCIAS

1. Alcaraz, R. 2005. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios. México: Mc Graw Hill.
2. Arias, F. 2000. Administración de Recursos Humanos. México: Trillas.
3. Chiavenato, I. 2004. Comportamiento Organizacional. México: Thomson.
4. Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. 2002. Administración: Un enfoque basado en competencias. México: Thomson.
5. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. 2003. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
6. Meece, J. 2000. Desarrollo del niño y del adolescente. México: Mc Graw Hill.
7. Moreno, J. 2002. Las Finanzas en la Empresa. México: CECSA.
8. Orozco, A. 1999. Investigación de Mercados. Concepto y Práctica. Colombia: Grupo Editorial Norma.
9. Ramírez, D. 2005. Contabilidad administrativa. México: Mc Graw Hill.
10. Rodríguez, M. & García, J. 2003. Finanzas de la Empresa con Microsoft Excel. Argentina: Micron System.
11. Romero, J. 2002. Principios de Contabilidad. México: Mc Graw Hill.
12. Reyes, P. 1999. Administración de Personal: Sueldos y Salarios. México. Ed. Limusa.