

# Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de ropa para bebe en la ciudad de san José de Cúcuta, Norte de Santander, 2017.

## Feasibility study for the creation of a baby clothing company in the city of san José de Cucuta, North of Santander, 2017.

*Javier Jara Rincón<sup>1</sup>*  
*Luzmar Llanes Uribe<sup>2</sup>*  
*Pedro Delgado Carvajal<sup>3</sup>*  
*Ana Yarima Arias<sup>4</sup>*

### RESUMEN

El objetivo de esta investigación es conocer la factibilidad en la creación de una empresa artículos para bebés especializada en la fabricación de ropa para bebés en la ciudad de Cúcuta. La metodología usada en la investigación fue de enfoque cuantitativo, un alcance descriptivo y un diseño no experimental, para la obtención de información se realizó una encuesta a una muestra aleatoriamente escogida entre los padres de familia de la ciudad de Cúcuta que tienen hijos entre los 0 y 2 años de edad, los resultados de la encuesta fueron tabulados e interpretados en tortas, a su vez se dio resultados de los estudios técnico operativos y financieros. Dando como conclusión que los padres de familia encuestados estarían dispuestos a comprar en la empresa Baby shop dando así una respuesta positiva al objetivo de la investigación.

**Palabras claves:** Creación, Cúcuta, Desarrollo regional, Empresa, Factibilidad, Innovación, Ropa.

### ABSTRACT

The objective of this research is to know the feasibility in the creation of a baby articles company specialized in the manufacture of baby clothes in the city of Cúcuta. The methodology used in the research was a quantitative approach, a descriptive scope and a non-experimental design, to obtain information a survey was conducted on a sample randomly chosen among the parents of the city of Cúcuta who have children between 0 And 2 years of age, the results of the survey were tabulated and interpreted in cakes, in turn gave results of technical and financial studies. Concluding that the parents of respondents would be willing to buy in the company Baby shop thus giving a positive response to the objective of the investigation.

**Keywords:** Creation, Cúcuta, Regional Development, Enterprise, Feasibility, Innovation, Clothing.

1. Estudiante de Tecnología en Administración Financiera. ja.jara@fesc.edu.co
2. Estudiante de Tecnología en Administración Financiera. lj.llanes@fesc.edu.co
3. Estudiante de Tecnología en Administración Financiera. pydelgado@fesc.edu.co
4. Docente Fesc ay\_arias@fesc.edu.co

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los niños se ven expuesto a múltiples enfermedades como lo son en particular las auditivas las cuales hay que prestarles mucha atención debido a que el oído es uno de los primeros órganos en desarrollarse y ayuda al desarrollo de los demás sentidos (Payehuanca, 2004). Dicho órgano se comienza a desarrollar desde el vientre materno de una manera rápida y esto se sabe debido a que una vez que nacen los bebés, ellos reconocen la voz de su madre cuando le habla (Audical, s.f).

La idea de desarrollar esta investigación surge de lo expuesto anteriormente, debido a que la creación una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa para bebés en la ciudad de Cúcuta “BABY SHOP” podría ayudar con esta problemática, la empresa ofrecerá prendas innovadoras y originales en donde tendrán incorporados cascabeles, al bebé estar en movimiento los cascabeles emitirán sonido, lo cual hará que el bebé intente encontrar ese sonido estimulando su parte motriz, de esta manera el bebé tendrá un mejor desarrollo (Gonzales, 2009, Reyes et al., 2006 y Baby Center, s.f.).

El estudio se desarrolló con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental, donde se trabajó con una muestra representativa, la cual se obtuvo a través de un muestreo aleatorio simple, en una población finita y se realizó una encuesta social, dicha encuesta permitió que se recolectara información.

Se realizó la tabulación de las encuestas aplicadas a los padres de familia de la ciudad de Cúcuta que tienen hijos entre los 0 y 2 años de edad, también se dieron resultados de los estudios técnicos operativos y financieros. En la tabulación de la información recolectada se realizó un análisis lo cual permitió generar las conclusiones de la investigación las cuales fueron positivas, determinando que es viable la creación de la empresa debido

a que en las personas encuestadas se evidenció una gran aceptabilidad por las prendas innovadoras para bebés.

## 2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de los objetivos se realizó una investigación con enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y diseño metodológico es no experimental, donde se trabajó con una muestra representativa, la cual se obtuvo a través de un muestreo aleatorio simple, en una población finita y se utilizó como instrumento de recolección una encuesta social.

### 2.1 Población y muestra

De acuerdo con las estimaciones de población y proyecciones de población total municipal por área realizadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística en el 2017 la ciudad de Cúcuta cuenta con 662.673 habitantes en la ciudad de los cuales 33.740 son niños entre los 0-2 años de edad los cuales corresponde al target de los productos que ofrecerá la empresa “BABY SHOP” (DANE, 2017).

Teniendo en cuenta el muestreo aleatorio simple, se calculara el tamaño de la muestra Para conocer el número de encuestas que se deben aplicar. Se plantea un supuesto en base a la información recopilada por el DANE de que si en la ciudad de Cúcuta hay 33.740 niños entre las edades de 0-2 años y cada uno cuenta con al menos uno de los dos padres, esto reflejaría que hay 33.740 posibles clientes para nuestra empresa y a su vez permite determinar que este será el tamaño de la muestra.

Para lo anterior, con un nivel de significancia del 93% y un error del 7%, siendo:

$n$ = el tamaño de la muestra.

$N$ = tamaño de la población. Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene. Su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e= Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N-1) \cdot e^2 + e^2 \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{33.740 \cdot (0,5)^2 \cdot (1,81)^2}{(33.740-1) \cdot (0,07)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,81)^2}$$

n= 166

El cálculo de la muestra arroja que se deben realizar 166 encuestas para llevar a cabo el estudio de mercado.

## 2.2 Técnica de recolección de datos

La información para esta investigación será recolectada de una manera directa debido a que se obtendrá a través de las encuestas las cuales se aplicaran a una muestra representativa ya antes definida, la cual de manera directa permita analizar, cuantificar y dar resultados los cuales permitirán observar desde el punto de mercadotecnia si es o no factible la creación de la empresa (Méndez, 1999, p.143 y Caballero, 2014).

### 2.2.1 La encuesta

La encuesta que se aplicó a la muestra permitió mediante su estructura obtener información como el sexo, el estrato socioeconómico, la cantidad de hijos, cada cuanto suele comprar ropa

para sus hijos, cuales son las marcas de ropa que prefiere y en basa su decisión a la hora de hacer la compra entre otro aspectos (Hernández, García, Abejón y Zazo, s.f).

La encuesta se realizó en la avenida cero entre las calles 10 y 11 de la ciudad de Cúcuta, esta zona turística es estratégica debido a que en sus alrededores se encuentran los centros

comerciales, hoteles de gran nivel y comercio variado, generando la mayoría de tiempo del día gran flujo de personas. El muestreo no fue probabilístico sino mixto ya que se combinó el muestreo aleatorio simple y muestreo no probabilístico casual o accidental.

## 3. RESULTADOS

### 3.1 Importancia y beneficios de la ropa especializada para bebe

La ropa de los bebes actualmente los padres de familia las compran solo teniendo en cuenta la calidad de los materiales, el diseño o el precio que tengan las mismas. La empresa BABY SHOP quiere mediante sus prendas no solo cautivar a sus clientes mediante la calidad, diseño y el precio de las prendas para bebes, sino que desea darle un valor agregado a las prendas llegando a ser parte de la vida de cada familia y ser una ayuda para el desarrollo del bebe (Vivanco, 2015).

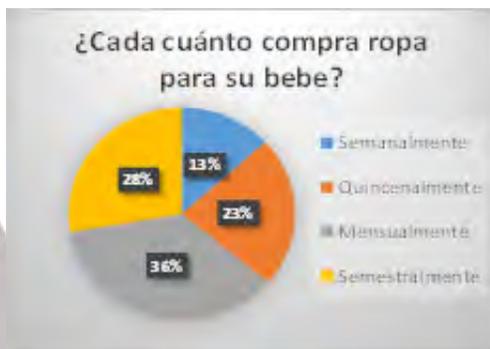
Como beneficio para los bebes que utilicen las prendas de vestir que ofrecerá BABY SHOP además de hacerlos lucir bien y sentirse cómodos, lo que busca es ayudar en el desarrollo de los bebes mejorando su desarrollo motriz, para esto la empresa plantea que sus prendas contengan objetos que emitan sonidos como cascabeles, ya que estos objetos al bebe estar en movimiento emiten sonidos cautivadores para ellos y los hace buscar de donde viene el sonido provocando un esfuerzo en el bebe y comience rápidamente a moverse e intentar encontrar el sonido (Casas, 2001 y Barac-

co, 2011). Así mismo, los padres podrán conocer la ubicación del bebe debido a los sonidos emitidos por su movimiento, generando cierta tranquilidad al no perder de vista a los hijos.

### 3.2 Encuesta de mercado

A continuación se muestran los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en la ciudad de Cúcuta, los resultados de las preguntas fue graficadas y se dio una breve descripción y análisis de las mismas, también se mostrarán los resultados de los estudios técnico operativo y financiero.

Cabe destacar que las personas encuestadas fueron 166 de las cuales el 54% eran del sexo femenino. Entre los encuestados un 41% esta entre los 18-25 años y un 39% entre los 26-33 años de edad. Con respecto al estrato socioeconómico un 37% pertenece a estrato 3, un 27% al estrato 4 y 28% al estrato 2. Un punto importante es que el 93% de los encuestados eran padres y un 7% eran padres de hijos pero no propios. Y estos niños de cada uno de los encuestados un hay un 62% que se encuentran entre la edad de 0-2 años la cual es nuestra principal target de edad de los bebes para nuestro productos.



Grafica 1. ¿Cada cuánto compra ropa para su bebe?  
Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 1 se evidencia que un 36% de los encuestados compra mensualmente la ropa, un 28% semestralmente, un 23% quincenalmente y un 13% semanalmente.



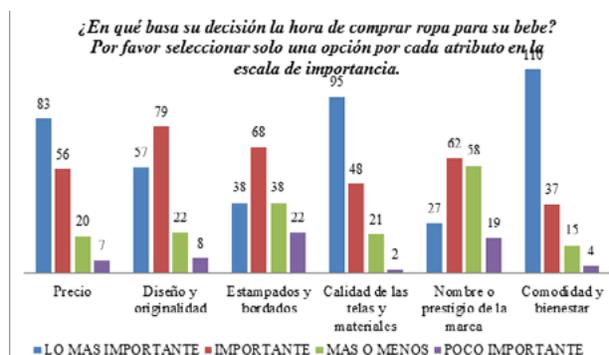
Grafica 2. ¿Que marca de ropa habitualmente le compra habitualmente a su bebe?  
Fuente: Elaboración propia.

En la Grafica 2 se puede observar que un 39% de los encuestados prefiere comprar su ropa de marca Baby Fresh, un 37% en Off-Cors y un 24 % en Mimo & Co.



Grafica 3. ¿Dónde compra habitualmente la ropa para su bebe?  
Fuente: Elaboración propia

En la Grafica 3 se evidencia que de los encuestados un 44% prefiere comprar en una tienda o local comercial. Un 34% prefiere comprar la ropa en centros comerciales y un 22% prefieren hacerlo por internet.



Grafica 4. ¿En qué basa su decisión la hora de comprar ropa para su bebe? Por favor seleccionar solo una opción por cada atributo en la escala de importancia.

Fuente: Elaboración propia.

En la Grafica 4 se evidencia información importante, a la hora de comprar los 83 de los 166 padres encuestados (aprox. 50%) tienen interés u/o expectativa en el precio por eso lo catalogaron como un aspecto muy importante. En lo referente al Diseño y originalidad de las prendas, 79 de los encuestados, aproximadamente un 48%, lo catalogaron como algo importante. En cuanto a la característica de los Estampados y bordados, 68 padres de familia lo consideran como Importante. Por otro lado la calidad de las telas y la comodidad que la prenda brinde al bebe es otro factor muy importante para 95 de los padres encuestados (cerca de 57%). El nombre o prestigio de la Marca es considerada por 62 y 58 de los encuestados como Importante y Más o menos importante respectivamente. Finalmente el 66% de los padres encuestados (110) consideran Muy importante la Comodidad y el bienestar que las prendas generen en sus bebes.



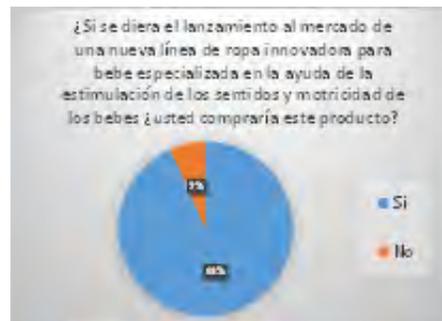
Grafica 5. ¿Qué prendas suele comprar con más frecuencia a su bebe?  
Fuente: Elaboración propia.

La Grafica 5 muestra que la mayoría de los encuestados (63%) prefieren comprar conjuntos a sus hijos, un 19% optan por comprar mamelucos, un 10% prefieren comprar con frecuencia mantas y solo un 8% opinaron que otros, algunos respondieron que prefieren comprar vestidos.



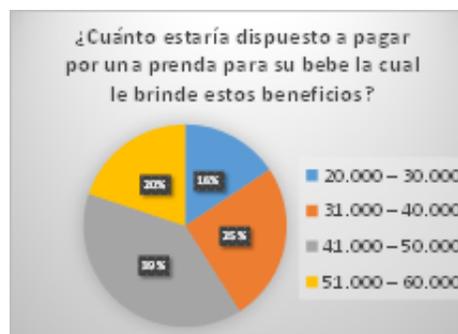
Grafica 6. ¿De qué material prefiere que sea elaborado la ropa de su bebe?  
Fuente: Elaboración propia.

En la Grafica 6 se evidencia que un 72% de los encuestados prefieren que las prendas sean hechas en algodón, un 12% prefiere que sean hechas en tela, un 8% prefieren que sean en polar y otro 8% prefieren que sean en lana.



Grafica 7. Disposición de compra.  
Fuente: Elaboración propia.

Esta grafica 7 evidencia que un 93% de los encuestados se atreverían a comprar una nueva marca de ropa para bebe, mientras que un 7% se mostró negativo ante esta propuesta.



Grafica 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda para su bebe la cual le brinde estos beneficios?  
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 8 se evidencia que 39% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 41.000 y 50.000 pesos por una prenda, un 25% pagaría entre 31.000 y 40.000 pesos, un 20% pagaría entre 51.000 y 60.000 pesos y solo un 16% estaría dispuesto a pagar 20.000 y 30.000 pesos.



**Grafica 9. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?**  
**Fuente: Elaboración propia.**

En la Grafica 9 se evidencia que un 46% de los encuestados prefieren conocer o recibir información de los productos por internet, un 30% prefieren que la información les llegue mediante anuncios y un 24% opta por que se le envíe información por medio del correo electrónico.

### 3.3 Estudios de factibilidad

#### Estudio técnico operativo

Localización:

El local se podría ubicar en el centro de la ciudad de Cúcuta en la avenida 6 entre calles 9 y 10, éste es un punto de la ciudad en el cual hay un gran flujo de personas debido a que se encuentran muchos almacenes de ropa calzado y otros, permitiendo a la empresa ser los únicos en ese sector y aprovechando el flujo de clientes que generan estas otras empresas. Se necesitarán dos locales uno particularmente donde se dará la venta de los productos el cual debe constar de varias secciones una donde este la parte administrativa y otro donde estén nuestros vendedores, el segundo local se necesitará para que se lleve a cabo la producción de los productos y allí se encontraran los operarios y diseñadores (Ortiz, 2010).

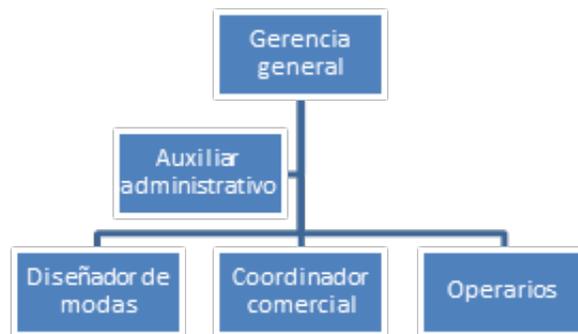
Proveedores:

Los principales proveedores serán las empresas

dedicadas a la venta de textiles como lo pueden ser los almacenes el Yoyo, Almacén SAAD, Tapi-sander entre otros. Igualmente se necesitarán otros proveedores como cacharrerías los cuales suministren los hilos, las agujas botones y demás insumos, los cuales junto con la telas y maquinaria se puedan realizar los productos de esta manera poner en marcha el negocio (Sosa, 2016).

Estructura:

La empresa inicialmente contara con un gerente, el cual a su vez necesitara de un asistente o auxiliar administrativo el cual hará las labores de secretario del mismo, en la parte de producción se necesitará un diseñador gráfico y de modas, éste trabajará de la mano con las personas operarias la cuales se encargaran construir las prendas que el diseñador plantee. Por otro lado se requerirá un gerente de ventas, el cual se encargará de las ventas y junto con el diseñador gráfico lleven a cabo la publicidad de la empresa. Finalmente, pero no menos importante se necesitará los servicios de un contador el cual llevará las cuentas de la empresa, a continuación se presenta el organigrama de la empresa (ver Figura 1).



**Figura 1. Estructura organizacional**  
**Fuente: elaboración propia**

Distribución:

El método de distribución de las prendas con el cliente será de manera directa pues la empresa sería fabricante y comercializadora, es decir no se necesitarán de terceros inicialmente, a su vez se

tiene un método de distribución exclusiva y selectiva pues se ha escogido estratégicamente el punto de venta, a su vez al ser este tipo de distribución se puede tener control ya que los productos serán exclusivos y únicos en la ciudad de Cúcuta.

Productor y  
fabricador



Cliente

### 3.4 Estudio Financiero

Para llevar a cabo la idea de negocio no solo se basa en que la gente lo aceptará sino también se debe tener claro cuánto costará llevar a cabo la idea, en el caso de BABY SHOP se necesita una inversión de \$179'571.023 pesos, de los cuales un 15% lo aportarán los socios y creadores de la idea lo que equivaldría a \$35'914.205 pesos, con respecto al monto que se requiere para poner en marcha la idea son \$143'656.818 pesos, los cuales se pueden obtener por medio de dos opciones, la primera opción es con un préstamo de inversión a una entidad bancaria a un bajo costo de interés y la segunda opción es postular la idea de negocio al fondo emprender para la financiación del proyecto.

La razón de ser de estos \$179'571.023 pesos es debido a que inicialmente se debe hacer una inversión la cual es de 6.850.000 de pesos (ver Tabla 1), posteriormente se hace un cálculo en gastos de personal, lo cual da en total \$128'456.023 pesos, éste monto cubre su salario y prestaciones sociales de cada persona al año y el resto del monto se invertirían en insumos para la fabricación de las prendas, se realiza una proyección de que al año se gastarían \$44.256.000 pesos (ver tabla 2).

Para cubrir esta inversión equivalente a un año, se hizo esta proyección basándose en que mensualmente se producirán y venderán cerca de 360 de las prendas o productos, cada una con un valor de \$45.000 pesos generando ingresos mensuales

de \$16'200.000 pesos y al cabo de un año se tendría cerca de unos \$194'400.000 (ver Tabla 3), de tal manera que si se llegara a pedir un préstamo a un banco se podrían realizar los pagos de las cuotas, las cuales serán 60 equivalentes a pedir un préstamo a 5 años, éste préstamo se podría solicitar a Bancolombia, el cual ofrece una tasa de interés muy baja de 1.48% de interés mensual, generando cuotas mensuales de \$4'743.018 pesos, con la proyección a un año los ingresos se den se podrían cumplir mensualmente cada una de las obligaciones.

Inversión

Inversión			
Concepto	Unidad	Precio Unitario	
<b>Activos</b>			
MAQUINAS DE COSER	4	1.000.000	4.000.000
impresora	1	300.000	300.000
teléfono fijo	1	80.000	80.000
Archivador oficina	1	200.000	200.000
Sillas ejecutiva	3	90.000	270.000
Escritorios	3	200.000	600.000
Mesa de Junta	1	200.000	200.000
Sillas	10	50.000	500.000
Tandem de recibo	2	210.000	420.000
Dispensador de Agua	1	280.000	280.000
<b>Total Activos</b>			<b>6.850.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Insumos o materiales

Materiales			
Materiales	Cantidad	Valor Unidad	Total
Tela Algodón	360	\$ 6.500	\$ 2.340.000
Botones	1000	\$ 40	\$ 40.000
Agujas	12	\$ 9.000	\$ 108.000
Hilos	10	\$ 30.000	\$ 300.000
Entretela	10	\$ 30.000	\$ 300.000
Etiquetas	400	\$ 250	\$ 100.000
casabel	1000	\$ 500	\$ 500.000
<b>total materiales mensualmente</b>		<b>\$</b>	<b>3.688.000</b>
<b>total materiales anualmente</b>		<b>\$</b>	<b>44.256.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Ingresos de ventas

PRODUCTO	N° de producción por Dias	Semana 6 Dias	Mensual 4 Semanas	Años 12 Meses
Mamelucos	8	48	192	2.304
Enterizo	7	42	168	2.016
Valor de cada producto	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000
Ventas mamelucos	\$ 360.000	\$ 2.160.000	\$ 8.640.000	\$ 108.680.000
Ventas enterizos	\$ 315.000	\$ 1.890.000	\$ 7.560.000	\$ 90.720.000
<b>Total</b>	<b>\$ 675.000</b>	<b>\$ 4.050.000</b>	<b>\$ 16.200.000</b>	<b>\$ 194.400.000</b>

Fuente: elaboración propia

#### 4. CONCLUSIONES

En conclusión se puede afirmar que la investigación cumplió con sus objetivos, pues se puede decir que es factible la creación de la empresa BABY SHOP, desde cada punto de vista tanto financiero como el social tiene una respuesta de aceptabilidad y contará con apoyo para ingresar en el mercado fácilmente.

Como resultado de la investigación es posible concluir que es factible la creación de la empresa BABY SHOP dedicada a la fabricación y comercialización de ropa innovadora para bebe en la ciudad de Cúcuta y a su vez se cuenta con el apoyo de los padres de bebes de 0 a 2 años de edad si se diera el lanzamiento de la empresa.

Como valor agregado de las prendas de BABY SHOP los bebes no solamente se verán bien, sino que además podrán tener un mejor crecimiento, a su vez otro privilegiado es el padre el cual podrá ver buenos resultados en el desarrollo de su hijo y estará satisfecho al saber que ha hecho una buena compra para su hijo.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas arrojaron que los padres de familia de la ciudad de Cúcuta tienden a comprar la ropa de sus bebes preferiblemente en tiendas o los locales comerciales, y que no prestan mucha atención a las marcas sino más bien al precio y a la calidad de las prendas.

Por otro lado, se puede concluir que si se llevara a cabo la idea de negocio los padres de familia la apoyarían y estarían dispuestos a comprar prendas con un monto razonable entre 40.000 y 50.000.

Finalmente según el estudio financiero se puede concluir que la empresa BABY SHOP de ponerse en marcha y de ser financiado por una entidad bancaria daría resultados positivos y podría mantenerse en el mercado de ropa para bebe.

#### 5. REFERENCIAS

Audical. (s.f). Emisiones otoacusticas. Recuperado de: <http://www.audical.com.uy/index.php/instrumental-medico/emisiones-otoacusticas>

Baby Center. (s.f). Oído del bebe. Recuperado de: <http://espanol.babycenter.com/a900277/o%C3%ADdo-del-beb%C3%A9>

Baracco, N. (2011). Motricidad y movimiento. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/noelianona2011/motricidad-y-movimiento>

Caballero, A. (2014). Teoría de la factibilidad. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/231177418/1784089911-Teoria-de-La-Factibilidad>

Casas. (2001). ¿Por qué los niños deben aprender música? Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/6875/1/Por%20que%20los%20ni.d>

DANE. (2017).Proyecciones de población total por sexo y grupos de edad de 0 hasta 80 y más años (2005-2020). Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Gonzales, V. (2009). Beneficio de la música en los bebes. Recuperado de: <http://www.conmishijos.com/bebes/juegos/beneficios-de-la-musica-en-bebes>

Hernández, García, Abejón, Zazo (s.f). Estudio de encuetas. Recuperado de: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

Méndez, Álvarez C. E. (1999). *Metodología guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administra-*

tivas. 2da. Edición, Santafé de Bogotá Colombia. Ed. Mc Graw Hill interamericana.

Ortiz, P.A. (2010). *Plan de negocio para la creación de una empresa de importación y comercialización de ropa y accesorios de moda para mujeres bogotanas de los estratos 4,5,6 entre los 18 y 35 años* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9318/tesis407.pdf?sequence=1>

Payehuanca, D.H. (2004). Emisiones otoacusticas para evaluación auditiva en el periodo neonatal y pre escolar. *Paediatrica* 6(1), 42-47. Recuperado de: [http://200.62.146.19/BVRevistas/Paediatrica/v06\\_n1/Pdf/a06.pdf](http://200.62.146.19/BVRevistas/Paediatrica/v06_n1/Pdf/a06.pdf)

Reyes, U., Hernández, M. P., Reyes, D., Hernández, J., Ortiz, M. (2006). La música de Mozart en el periodo prenatal. *Ginecol Obstet Mex*, 2006,74,424-428. Recuperado de: <http://www.medigraphic.com/pdfs/ginobs/mex/gom-2006/gom068e.pdf>

Sosa, M. A. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa para bebé en la ciudad de Bogotá DC* (Tesis de pregrado). Fundación Universidad de América, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/am/20.500.11839/669/1/1015420402-2016-2-II.pdf>

Vivanco. (2015). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de vestidos para bebé y su comercialización en la ciudad de cuenca. Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8581/1/M%C3%B3nica%20Tatiana%0Vivanco%20Araujo.pdf>