

**HAPPY KIDS S.A.S. - EMPRESA DE DISEÑO, FABRICACIÓN,
INSTALACIÓN Y ADECUACIÓN DE DORMITORIOS PARA NIÑOS**

**ERIKA KATHERINE CASTILLO GAMA
HANA VALENTINA CORREA CAÑÓN**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL - CUN
OPCIÓN DE GRADO II
BOGOTÁ DC., 13 DE NOVIEMBRE DE 2018**

**HAPPY KIDS S.A.S. - EMPRESA DE DISEÑO, FABRICACIÓN,
INSTALACIÓN Y ADECUACIÓN DE DORMITORIOS PARA NIÑOS**

**ERIKA KATHERINE CASTILLO GAMA
HANA VALENTINA CORREA CAÑÓN**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PRESENTADO A: HENRY MARTÍNEZ VARGAS

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL - CUN
OPCIÓN DE GRADO II
BOGOTÁ DC., 13 DE NOVIEMBRE DE 2018**

INTRODUCCIÓN

La población en áreas urbanas a nivel mundial ha aumentado significativamente en parte debido a mayores tasas de fertilidad, pero una causa importante es la migración de las áreas rurales a las ciudades, es así como en el año 1900 había solamente 4 ciudades en el mundo con más de 2 millones de habitantes, ahora hay más de 200 ciudades con esta característica al igual que un número importante de megalópolis con más de 10 millones habitantes¹ (ONU, 2005), éste fenómeno ha generado crisis habitacional en varios países de Europa y Asia donde se presenta un gran hacinamiento y una distribución mínima de metros cuadrados por habitante, por este motivo se ha convertido en un reto para los gobiernos de cada país la satisfacción de la necesidades urbanísticas de sus población.

Nuestro país no es la excepción, durante los últimos cuarenta años las actividades urbanas han sido responsables del 50% del crecimiento del país, al mismo tiempo que, hoy por hoy, el 75% de los colombianos vive en ciudades, en el caso de la ciudad de Bogotá se ha presentado un fenómeno de crecimiento urbanístico el cual se ve reflejado en la gran cantidad de zonas donde antes se encontraban lugares de protección ambiental y ahora se observan grandes edificios y urbanizaciones, según (Salazar, 2012) en su estudio “¿Es escaso el suelo disponible en Bogotá?” En la década comprendida entre los años 2001 y el 2012 el área construida en la ciudad aumentó en más del 33%; el Dane proyecta que entre 2012 y 2022 la población de Bogotá metropolitana aumentará en más de un millón de habitantes,² (Salazar, 2012) estima que en este mismo periodo el número de hogares en la ciudad aumentará un 26% en 583.315, de esta manera se necesitarán 703.000

¹ ONU, FAO Food and Agriculture Organization of the United Nations, Capítulo 5, Población, alimentación, nutrición y planificación familiar.

² Salazar, S. H. (01 de 12 de 2012). *Catastro Bogotá*. ¿Es escaso el suelo disponible en Bogotá?

viviendas nuevas entre el 2012 y el 2021; esta tendencia muestra que el gremio de la construcción de vivienda se muestra como una buena oportunidad de negocio en la capital del país.

En el campo del diseño y adecuación de espacios infantiles en nuestro país surgió en el año 2007 la compañía Eki Design y logró ser la primera empresa de diseño interior enfocada exclusivamente para niños, quien cuenta con un amplio portafolio que ofrece decoración, mobiliario y accesorios con diseño, tiene su sala de ventas en la Av. 19 No. 106 – 46 Local 4 y su sitio web <http://www.ekidesign.com/>. Por otro lado la empresaria Sandra Liliana Sánchez de la ciudad de Bogotá incursionó en el mercado de espacios infantiles con un con su marca Cascanuecess, con un catálogo que ofrece a través de su página web <http://www.cascanuecess.com/>.

En el ámbito internacional se encuentran empresas como DecoPeques ubicada en España con tiendas en las ciudades de Barcelona, Madrid, Mallorca y Valencia, la cual se encarga de reunir diferentes proveedores de artículos, muebles, juguetes, materiales para arquitectura de ambientes la cual se encuentra enfocada exclusivamente a niños y jóvenes, en su portal web <http://www.decopeques.com/> ofrecen un amplio portafolio, artículos y muchos consejos de utilidad para el momento de remodelar la casa y también se encuentra la empresa europea CILEK la cual ofrece una extensa gama de productos y accesorios que complementan su catálogo con la prestación del servicio de adaptación de dormitorios temáticos para niños, se encuentra ubicada en la ciudad de Barcelona y en su página web <http://www.dormitoriostematicos.com/> ofrece una gran cantidad de alternativas para las familias españolas.

4. ESTUDIO DE MERCADOS

4.1 Objetivos del Estudio del Mercado

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificar la necesidad de las familias en la ciudad de Bogotá y municipios cercanos en la prestación del servicio de diseño y adecuación de dormitorios para niños.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar la proporción de familias que son propietarios de vivienda frente a los que no lo son, para establecer una relación de los posibles compradores del servicio de la muestra representativa.
- Conocer desde la percepción de los padres los principales gustos de sus hijos que motivarían la decoración de sus habitaciones.
- Conocer la importancia que tiene para las familias bogotanas la destinación de recursos para adecuación de las habitaciones de sus hijos.

4.2 Segmentación

Se espera inicialmente abarcar diferentes zonas de la ciudad principalmente hacia el norte y el occidente, así como también municipios cercanos que presentan en la actualidad un aumento constante de las construcciones de complejos urbanísticos como Cajicá, Chía y Zipaquirá hacia el norte o Funza, Mosquera y Facatativá hacia el occidente. El fin de segmentar estas localidades nos permite tener claridad acerca de nuestros clientes meta ya que en estas localidades la población cuenta con un estrato un poco mayor. El estrato en el cual se encuentran ubicados nuestros posibles clientes nos permite tener claridad según su economía quienes podrían acceder a nuestro servicio con facilidad.

Estudio de Mercado

- Elaboración de encuestas

1.1 FORMATO ENTREVISTA

HAPPY KIDS

Somos una nueva empresa que se busca establecer como un referente en la fabricación y comercialización de muebles y acabados para habitaciones infantiles en la ciudad de Bogotá. Acompañada de un excelente servicio de asesoría de diseño de habitaciones en el cual nuestros clientes según su gusto pueden depositar la confianza en nuestros mejores diseñadores encargados de satisfacer la necesidad y llegar al ideal de nuestro cliente. Agradecemos su amable colaboración brindándonos unos minutos de su tiempo, porque deseamos conocer sus preferencias y opinión de nuestra alternativa de negocio.

INTEGRANTES FAMILIA: ____ ESTRATO ____ FECHA _____

LOCALIDAD ____ EDADES HIJOS ____

1. ¿La vivienda en que usted vive es?
 - a. Propia
 - b. Arrendada
 - c. Familiar
2. ¿En qué tipo de vivienda vive?
 - a. Casa
 - b. Apartamento
 - c. Vivienda Campestre
 - d. Otros: _____

3. ¿Destina su familia recursos para adecuaciones y cambios de mobiliario en el hogar?
 - a. Siempre
 - b. Usualmente
 - c. Casi nunca
 - d. Nunca

4. ¿Con cuánta frecuencia realizan las adecuaciones y cambios de mobiliario en su vivienda?
 - a. Entre dos y cinco años
 - b. Anualmente
 - c. Eventualmente, cuando se presentan contingencias
 - d. No se realizan

5. ¿Cuál área de su hogar le llama más la atención a la hora de invertir en adecuaciones y cambios de mobiliario?
 - a. Alcoba principal
 - b. Sala – Comedor
 - c. Cocina – Baños
 - d. Habitaciones auxiliares
 - e. Otros: _____

6. ¿Qué tan importante es para usted la destinación de recursos para la adecuación de la habitación de sus hijos?
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Poco relevante
 - d. No es importante

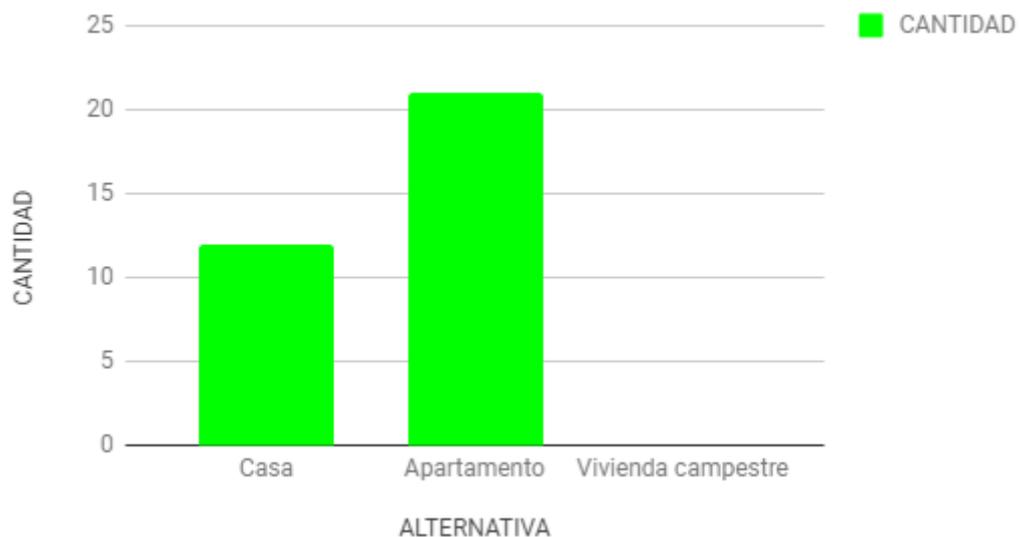
7. ¿Conoce alguna empresa que preste el servicio de adecuación de cuartos infantiles?
- Si
 - No
 - ¿Cuál? _____
8. ¿Estaría dispuesto a adquirir el servicio de una empresa encargada del diseño, fabricación, instalación, adecuación y remodelación de habitaciones para niños, que contribuyen a generar espacios aptos para el desarrollo de su personalidad?
- Si
 - No
 - ¿Por qué?

9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en la adecuación de la habitación para sus hijos, teniendo en cuenta la prestación completa de un servicio de diseño, fabricación de muebles y accesorios, instalación y adecuación del dormitorio de acuerdo con la alternativa seleccionada?
- Entre 2 y 3 millones
 - Entre 3 y 4 millones
 - Entre 4 y 5 millones
 - Más de 5 millones
- Aplicación (trabajo de campo)
- Tabulación de las encuestas

1. ¿La vivienda en que usted vive es?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Propia	15	45%
Arrendada	8	24%
Familiar	10	30%
TOTAL	33	100%

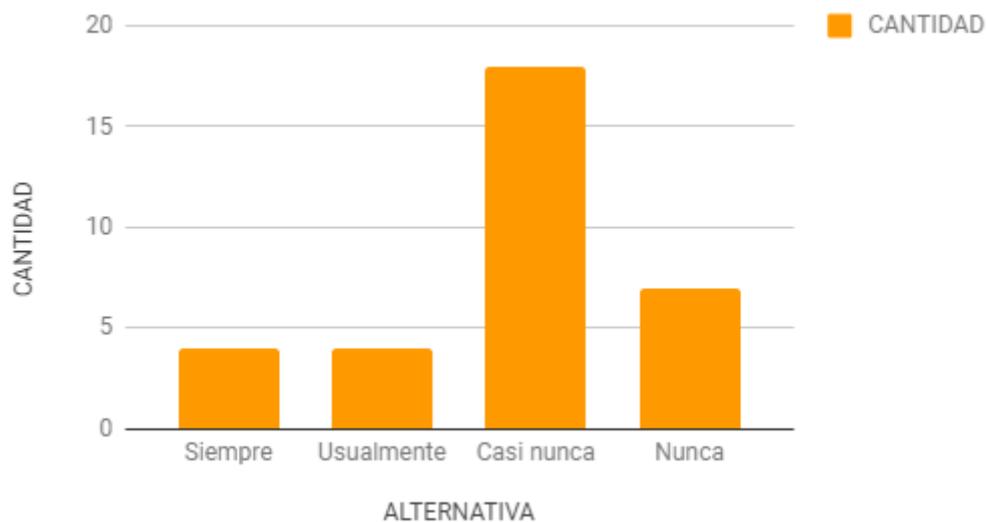
2. ¿En qué tipo de vivienda vive?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Casa	12	36%
Apartamento	21	64%
Vivienda campestre	0	0%
TOTAL	33	100%

CANTIDAD frente a ALTERNATIVA



3. ¿Destina su familia recursos para adecuaciones y remodelaciones en el hogar?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Siempre	4	12%
Usualmente	4	12%
Casi nunca	18	55%
Nunca	7	21%
TOTAL	33	100%

CANTIDAD frente a ALTERNATIVA

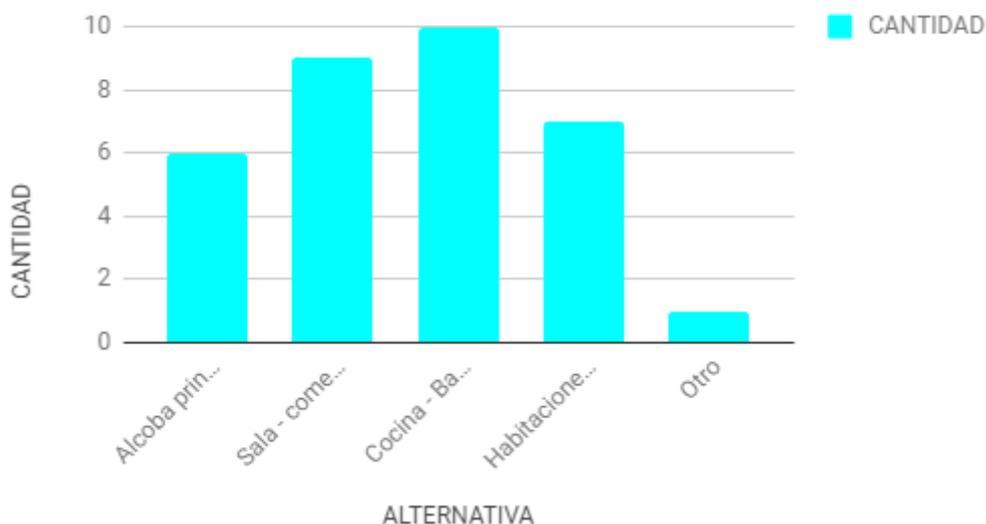


4. ¿Con cuanta frecuencia realizan adecuaciones y remodelaciones en su vivienda?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Entre dos y cinco años	8	24%
Anualmente	7	21%
Eventualmente, cuando no se presentan contingencias	12	36%
No se realizan	6	18%
TOTAL	33	100%



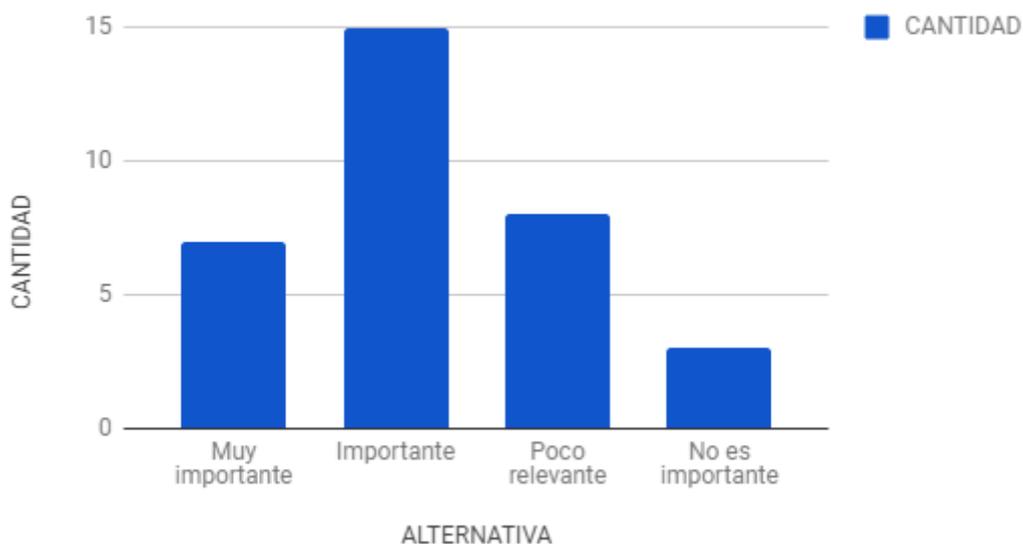
5. ¿Cuál área de su hogar le llama más a atención a la hora de invertir en adecuaciones y remodelaciones		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Alcoba principal	6	18%
Sala - comedor	9	27%
Cocina - Baños	10	30%
Habitaciones Auxiliares	7	21%
Otro	1	3%
TOTAL	33	100%

CANTIDAD frente a ALTERNATIVA

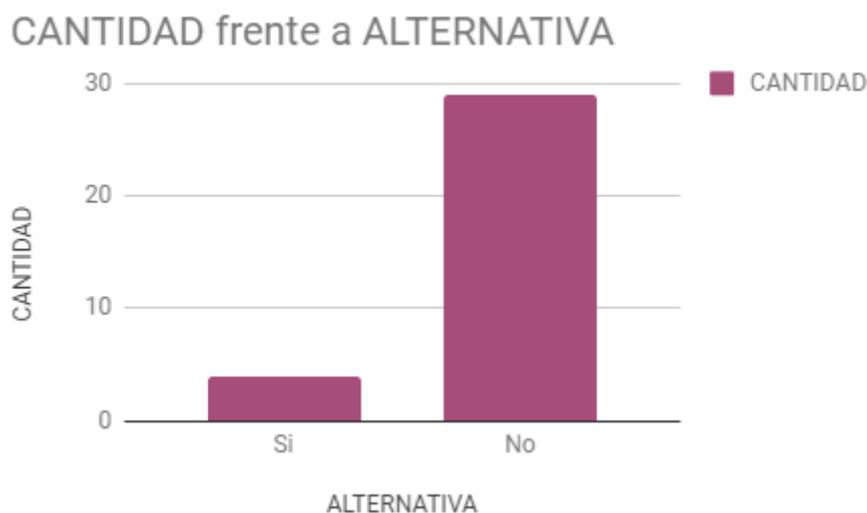


6 ¿Qué tan importante es para usted la destinación de recursos para la remodelación de las habitaciones de sus hijos		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Muy importante	7	21%
Importante	15	45%
Poco relevante	8	24%
No es importante	3	9%
TOTAL	33	100%

CANTIDAD frente a ALTERNATIVA

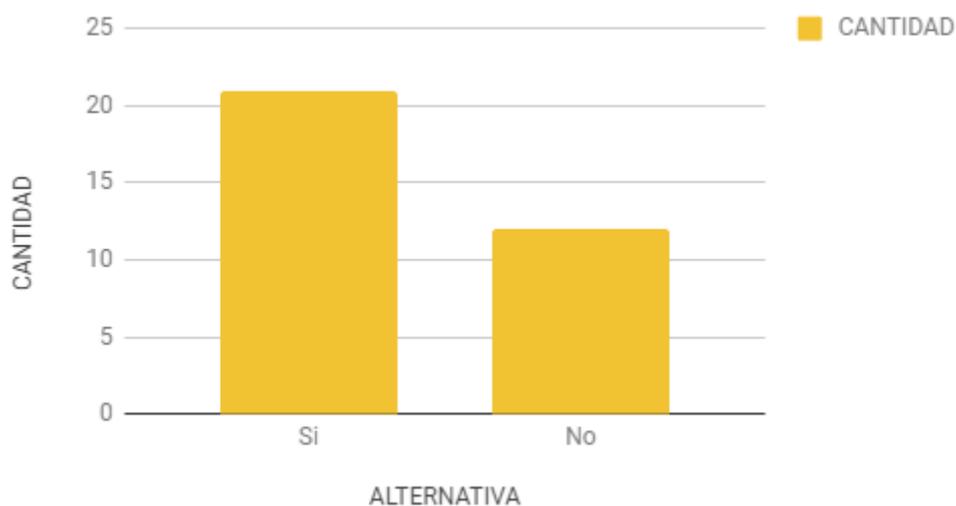


7.¿Conoce alguna empresa que preste el servicio de adecuación de cuartos infantiles?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	4	12%
No	29	88%
TOTAL	33	100%



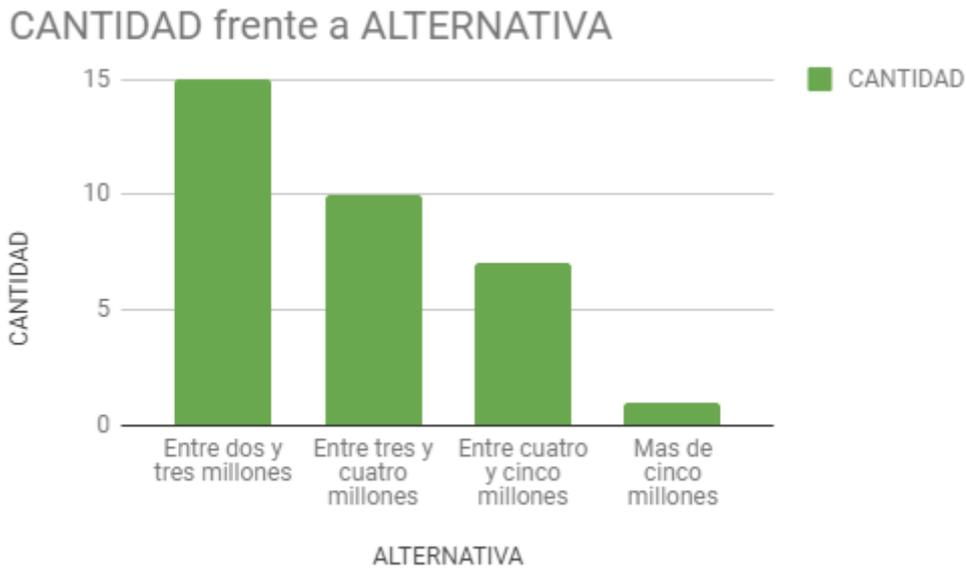
8.¿Estaria dispuesto a adquirir el servicio de una empresa encargada del diseño, fabricación, instalación, adecuación y remodelación?		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	21	64%
No	12	36%
TOTAL	33	100%

CANTIDAD frente a ALTERNATIVA



9.¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en la adecuación de la Habitación para sus hijos, teniendo en cuenta la prestación del servicio?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Entre dos y tres millones	15	45%
Entre tres y cuatro millones	10	30%
Entre cuatro y cinco millones	7	21%
Más de cinco millones	1	3%
TOTAL	33	100%



➤ **Análisis De Los Resultados**

Por medio de esta encuesta se logró adquirir información la exacta acerca del acogimiento que tendría la empresa y servicio a brindar en el mercado.

Se pudo observar que la mayoría de las personas a la hora de realizar renovaciones en sus hogares tienen como prioridad presente realizar renovaciones en la sala y habitaciones principales. Esto nos servirá como empresa para proyectarnos en un futuro en la adecuación de todos los campos de los hogares en especial en los dormitorios para los más pequeños.

Es importante como empresa tener claridad de cómo pensamos llegar a nuestros clientes finales y cuál será nuestra estrategia de Marketing. Esta respuesta la obtuvimos mediante nuestros posibles clientes encuestados en los cuales la mayoría eligió por obtener información acerca de nuestro servicio a través de una App en la cual tendremos presente como plan de Marketing.

➤ **Identifica tipo de mercado al cual se dirige su producto o servicio**

El mercado que desea abarcar Happy Kids es inicialmente la ciudad de Bogotá pero posteriormente se buscará ampliar el mercado a nivel nacional y ofrecer el servicio en cualquier parte del país, esto permitirá a la empresa tener una proyección importante y plantear la posibilidad de verse en un horizonte a largo plazo con cobertura internacional e instalar puntos de venta en diferentes países de la región.

DISEÑOS



ESTE DISEÑO INCLUYE VARIEDAD DE ACCESORIOS COMO MUEBLES, ALFROMBRAS, MESAS, SILLAS, LAMPARAS, ENTRE OTROS.

EN ESTE TIPO DE DISEÑO INCLUIAMOS TODA LA ACOMODACIÓN DE LAS HABITACIONES.

SU PRECIO APROXIMADO SE ENCUENTRA EN \$ 6'500.000



ESTE ES UNO DE LOS DISEÑOS MAS PEDIDOS POR LAS FAMILIAS DEBIDO A SU GRAN VARIEDAD DE COLORES CALIDOS Y ACOMODACIONES DE LOS ACCESORIOS, EN EL INCLUIAMOS TODAS LAS PARTES QUE SE OBSERVAN EN LA IMAGEN. SU PRECIO APROXIMADO ES \$ 7'000.000



ESTE ES UN DISEÑO INNOVADOR Y COLORIDO QUE PERMITE LA ACOMODACION DE DOS NIÑOS, PARA ESTE TIPO DE DISEÑOS BUSCAMOS PLASMAR EL GUSTO DE LAS DOS PERSONAS PARA COMODIDAD DE ELLOS. SU PRECIO APROXIMADO SE ENCUENTRA EN \$ 6'600.000



ESTO ES UNO DE LOS DISEÑOS MÁS PERSONALIZADOS YA QUE CADA ACCESORIO DE LA HABITACIÓN HACE REFERENCIA A UN SOLO DISEÑO Y EL COLOR ROJO RESALTA LA HABITACIÓN.

ESTAS ACOMODACIONES SON LAS MAS PERSONALIZADAS DEPENDIENDO EL GUSTO DE LOS NIÑOS.

SU PRECIO APROXIMADO SE ENCUENTRA EN \$ 8'300.000



ES UNO DE LOS DISEÑOS MÁS CALIDOS PARA LA NIÑAS Y CON MÁS SENCILLEZ, RESALTA LA DECORACIÓN CALIDAD EN LAS PAREDES.

**ESTA ACOMODACIÓN SE ENCUENTRA APROXIMADAMENTE EN \$
5'000'000**

- **B2B Business to Business (Atención a clientes Corporativos)**
- **B2C Business to Customer (Atención a clientes Personas)**
- **Defina los aspectos más importantes del mercado (del sector)?**
 - Clientes de alta categoría que podrán adquirir nuestro servicio con facilidad
 - Nuestros clientes cuentan con la capacidad monetaria de poder brindar comodidades a sus hijos. es por esto que es considerado un aspecto importante ya que nuestro fin es realizar las adecuaciones a las habitaciones de los hijos de nuestros clientes.
- **Establece el comportamiento de cada uno de los segmentos del mercado?**

4.2.1 Variables de Segmentación

● Geográfica

- **Ubicación Nacional:** Colombia
- **Ubicación por zonas geográficas:** Ciudad de Bogotá y municipios cercanos
- **Ubicación por Áreas:** Zonas de alto crecimiento urbanístico en la ciudad principalmente hacia el norte y occidente de la ciudad y municipios como Madrid, La Calera, Funza y Mosquera.
- **Ubicación Departamental :** Cundinamarca
- **Ubicación Municipal:** Bogotá y alrededores
- **Ubicación por zonas industriales:** No aplica
- **Vías de Acceso:** No aplica
- **Clima:** No aplica
- **Seguridad de cada sector:** No aplica

Segmentación Demográfica:

- **Género:** Hombres y Mujeres
- **Raza:** No aplica
- **Educación:** No aplica
- **Cultura:** No aplica
- **Estructura de grupo familiar:** Familias con hijos menores de 12 años
- **Capacidad de ingreso:** Mayor a dos salarios mínimos
- **Estratificación social:** Familias pertenecientes a estratos 2 al 5

- **Edad:** De 2 a 12 años

- **Ingresos**

- **Por ciclo de vida**

- **Psicográfica**
 - **Estilo de vida:**
 - **Gustos y preferencias:**
 - **Valor percibido de los productos:**
 - **Personalidad**
 - **Hábitos de consumo**
 - **Deportes que practica**
 - **Asociaciones a las que pertenece:** No aplica

- **Por beneficios**

4.3 Metodología del Estudio de Mercado

La herramienta que utilizamos para realizar la encuesta a nuestros posibles clientes consistió en abordar a diferentes personas a la salida de la tienda Homecenter ubicada en el Centro Comercial Calima, esto nos permite tener una alta posibilidad de tener entre los encuestados a personas que sean propietarias de vivienda y que puedan tener los recursos necesarios para el tipo de producto ofrecido por Happy Kids. La encuesta se encuentra diseñada específicamente a familias con más de un hijo lo cual nos permite descifrar si ellos estarían dispuestos en adquirir nuestro servicio para comodidad y bienestar de sus hijos.

➤ **Ajustar la herramienta a utilizar para producto o para servicio se suministra formato.**

4.4 Análisis Concluyente

El producto y servicio ofrecido por Happy Kids S.A.S. consiste en el diseño de habitaciones para niños o niñas entre los 2 y los 12 años de edad. Es importante aclarar

que el producto se diseña teniendo en cuenta las dimensiones del lugar, los gustos preferencias y necesidades de cada familia. De esta manera se ofrecen dormitorios sencillos con juego de alcoba conformado por cama y mesas de noche, y por otro lado dormitorios más complejos que incluyen closet, biblioteca, escritorio, centro de entretenimiento y se adaptan a las necesidades de cada niño.

El producto ofrecido por Happy Kids incluye la inclusión al espacio de accesorios como cortinas, alfombras, lámparas, todos estos acordes con la ambientación del lugar.

Finalmente Happy Kids presta el servicio de adaptación del lugar, esto permite que el lugar sea entregado al cliente tal y como se creó en la parte de diseño, esto quiere decir que se realiza el montaje y la instalación de los muebles y accesorios, así como las

Adecuaciones necesarias como pintura de paredes y puertas, reparaciones de pisos y otros a los que haya lugar.

4.5 Plan de Marketing

Nuestro plan estratégico de Marketing se enfocará de una manera un poco más didáctica y virtual para facilitar la filtración de información a través de redes sociales, páginas web, apps hasta llegar a nuestro destino final que es adquirir la atención de nuestros clientes.

Consideramos que en la actualidad los ciudadanos todo lo consiguen virtualmente de una manera más práctica, desde pagar servicios hasta realizar las compras domésticas. Es por esto que queremos facilitarles a nuestros clientes el contacto con nuestra compañía por medio de canales virtuales que brinden una excelente atención y respuesta inmediata; teniendo presente la publicidad utilizando las diversas redes sociales.

4.6 Estrategia de Producto.

Los productos que ofrece Happy Kids a su respetada clientela y que nos hace ver como una compañía diferente a las demás que ofrecen y venden productos similares, es porque nuestros productos son realizados de acorde a las preferencias y necesidades de cada familia, son diseños exclusivos y únicos que van de acuerdo a la personalidad del niño, de estos gustos se elaboran dormitorios sencillos y complejos con características particulares a la infancia que se encuentra viviendo el niño, como por ejemplo camas y mesas de noches en forma de carros, barcos, animales, personajes de televisión, etc. Teniendo en cuenta que cuando el niño pase a su adolescencia o etapa más madura y ya estos diseños no se caractericen con su personalidad, estos dormitorios están elaborados de tal forma que puedan cambiar su aspecto de una forma más común, esto solo con el hecho de quitar unas que otras piezas del elemento, de esta forma no se tiene la necesidad de una adecuación completa del dormitorio permitiendo así el ahorro de presupuesto de la familia.

4.7 Estrategia de Precio

El precio varía dependiendo de las dimensiones del espacio, las características del diseño seleccionado y los materiales utilizados, éste comprende precios desde \$3.000.000 el cual corresponde al diseño y adecuación de una habitación de 3.00 m X 2.40 m constituida por un juego de alcoba de cama sencilla, una mesa de noche, closet y escritorio de estudio y

La adecuación de las paredes y accesorios que complementan el lugar. Partiendo desde allí se encuentra una gran variedad de ofertas, combinaciones y detalles que serán de gran utilidad para completar el espacio deseado. El precio que se ofrece al mercado es competitivo en el sector, se presta servicio completo y no los artículos por separado como es frecuente encontrar en la ciudad de Bogotá, es así, como el servicio de Happy Kids se

convierte en una alternativa económica que le evitará tener que buscar cada cosa sino encontrar todo en un mismo lugar. El precio es un gran referente de Happy Kids porque se proyecta como una alternativa de inversión para adecuaciones del hogar sin necesidad de utilizar demasiados recursos, se busca ofrecer un precio competitivo que cumpla las expectativas de cada cliente.

4.8 Estrategia de Publicidad

Utilizaremos como canal principal de publicidad las redes sociales ya es un conducto bastante particular y constante por todos los ciudadanos de diversas edades. A través de nuestra página web implementaremos videos que permitan observar con un poco más de claridad a nuestros clientes el cambio que podemos generar en los hogares y la calidad de nuestro trabajo. Por medio de esta página, apps y publicidad en redes sociales lograremos captar la atención de nuestros clientes interesados.

4.9 Desarrollo de Marca

➤ **Se suministra instructivo de Naming y Briefing**

4.10 Marca

El nombre seleccionado para la empresa es HAPPY KIDS S.A.S.

Es un nombre de fácil recordación, refleja el objetivo principal de la empresa que busca satisfacer la necesidades de los niños y hacerlos felices, con la decoración de su dormitorio.

4.11 Logo

LOGOTIPO



4.12 Slogan

HAPPY KIDS S.A.S – Haremos de tu cuarto, tu mundo inolvidable

4.13 Ventaja competitiva

La estrategia de penetración en el mercado que implementará Happy Kids consiste en una fuerte estrategia de mercadeo en la zona comercial de la avenida primero de mayo entre las carreas 30 y 50, consiste en un lanzamiento del local comercial ofreciendo descuentos especiales para dar a conocer la marca en el sector, a su vez se realizarán visitas de promoción en lugares que están presentando auge en la construcción como zonas del occidente en barrios como Castilla, Nueva Alsacia, Ciudad Tintal, y también en municipios cercanos como Ciudad Verde en Soacha y otros sectores importantes en municipios como Madrid, Funza, Mosquera, Cajicá y Zipaquirá. Esta difusión de la marca permitirá dar a conocer el producto en muchos sectores y será de gran ayuda la difusión que se haga voz a voz en dichos lugares.

4.15 Estrategia de Promoción

El enfoque de nuestra empresa es crecer a nivel nacional y ser reconocida como una de las mejores compañías enfocadas en el diseño y remodelación de habitaciones. Una de nuestras principales estrategias de promoción es ir generando una voz a voz dentro de nuestros clientes. De esta manera generamos un crecimiento abundante de clientes, lo manejamos por medio de clientes referidos el cual obtendrá como ventaja excelentes descuentos que harán que nuestros nuevos clientes experimenten nuestro buen servicio y se sienta atraído hacia nuestro trabajo y buenas ofertas.

4.16 Campaña Publicitaria

La campaña publicitaria de la marca Happy Kids se constituye principalmente de anuncios en revistas de vivienda como metrocuadrado y estrenar vivienda, así como banner publicitarios en las páginas web de las revistas antes mencionadas. La pauta en estos medios masivos de consulta para familias y personas interesadas en la adquisición de finca raíz se convierte en una interesante oportunidad para dar a conocer la empresa y el servicio completo ofrecido, lo cual permite expandir el mercado de forma exponencial. También se busca ofrecer una imagen fresca de la compañía lo cual permite generar confianza en los clientes, adicional a esto también se pretende crear promociones para el momento del lanzamiento y descuento especiales permanentes para familias que quieran llevar el servicio completo y a su vez para aquellos hogares que desean hacer adecuaciones a más de una habitación.

4.17 Estrategia de Distribución

La distribución de los productos y servicios ofrecidos por Happy Kids se realizará por representantes de venta directa en el punto de venta y representantes de venta especializados que visitaran la vivienda de los clientes para ofrecer la asesoría técnica basada en las dimensiones, condiciones del lugar y las necesidades de cada familia. La distribución se realizada de manera directa ya que es un servicio que se entrega listo para

su uso en el lugar, lo cual evita a los clientes costos adicionales por trasportes y gastos de instalación y adecuación.

4.18 Canales

Nuestros principales canales de conocimiento empresarial serán las redes sociales en las cuales de manera constante estaremos publicando nuevas ofertas y noticias importantes de nuestra empresa. Una vez un cliente se encuentre interesado en adquirir nuestro servicio; un diseñador profesional de nuestro equipo de trabajo se encargará de brindar un asesoramiento más profundo acerca de los posibles servicios a brindar dependiendo el interés de nuestros clientes. Finalmente, al llegar a un acuerdo con nuestro cliente se iniciará el proceso de remodelación en manos de nuestro mejor equipo especializado para brindar firmeza y confianza en nuestros clientes.

4.19 Logística

La logística iniciara desde el control interno de nuestra compañía, empezaremos por realizar un breve reclutamiento de posibles clientes interesados y captados por medio de nuestro plan de marketing. Luego, despertaremos interés en nuestros clientes por medio de imágenes relacionadas a nuestro servicio y un asesoramiento más profundo de nuestra compañía. Una vez iniciado el plan de acción nuestros mejores diseñadores se encargan de la parte logística de la remodelación y edición de la habitación.

4.20 Ejecución Comercial

Contaremos con nuestro mejor equipo de trabajo encargado de generar empatía con cada uno de nuestros clientes y cerrar tratos que satisfagan a ambas partes, aplicando cada una



de las promociones vigentes que hacen que nuestros clientes se sientan motivados en adquirir nuestro servicio.

ANÁLISIS DE COMPETIDORES DIRECTOS

CILEK COLOMBIA



<p>Crecimiento: Cilek se ha comprometido a diseñar y producir muebles funcionales, alto nivel distintivo y duradero. Accesorios para bebés, niños y adolescentes con los estándares de seguridad más avanzados para niños mediante el uso de alta tecnología y materiales de primera calidad que cumplen con las normas más estrictas de la UE. Esta es la razón por la que todos los productos de Cilek llevarán la GS de seguridad alto y normas de calidad. Tiene un amplio portafolio de productos los cuales evolucionan constantemente con diseños aprobados desde la casa matriz en Europa, cuenta con puntos de venta llamativos para las familias y con tecnología de punta que recrea habitaciones de diferentes dimensiones por medio de un software que simula el resultado final del diseño.</p>	<p>Penetración del mercado: Cilek es una multinacional con presencia en los cinco continentes, 66 países, 444 puntos de venta, tiene su planta de producción en Turquía. Abrió su primera tienda en el centro comercial Titán Plaza el día 26 de julio de 2012 y ya cuenta con otros dos puntos de venta en Multiparque y el barrio El Nogal. Ha presentado un crecimiento en el país ya que con solo dos años de existencia ha abierto dos nuevos puntos de venta.</p>
<p>Rentabilidad: Cilek al ser una empresa multinacional tiene una solidez financiera que está respaldada por la dirección desde su casa matriz en Turquía, es así que tienen la posibilidad de pautar constantemente en diarios y revistas de alta circulación en el país como ABC del bebé, ofrecen un servicio enfocado a familias de estratos altos de la capital., es así que la ubicación de sus locales comerciales en lugares estratégicos y de alto valor comercial en la capital. Por ser un producto que se fabrica en serie desde su casa matriz representa un producto muy rentable.</p>	<p>Inversión: El servicio ofrecido por Cilek es de alta calidad lo cual lo constituye en un producto suntuario de muy alto costo al cual solo pueden acceder familias selectas de la ciudad, es así que al poseer clientes selectos tienen su mercado objetivo claramente definido.</p>



<p>Crecimiento: Eki Design, nace en enero de 2007 con el objetivo de ser la primera empresa de diseño interior enfocada exclusivamente para niños en el país. La idea era dar soluciones integrales a las necesidades de los niños en todas sus etapas, no era solamente vender muebles o decoración sino un complemento entre la dos que diera como resultado una sinergia de objetos muebles y decoración que pertenecen a un todo. Tiene un punto de venta muy atractivo para las familias de la ciudad de Bogotá ubicado en la Av. 19 No. 106 – 46, cuentan con una amplia oferta de productos y asesorías personalizadas para las personas que visitan su showroom. Se caracterizan por su servicio al cliente ofrecido sin embargo los precios son altos y el producto está enfocado a familias de estratos 4, 5 y 6 que son las principales que pueden acceder.</p>	<p>Penetración del mercado: Eki Design se ha establecido como importante alternativa para las familias que buscan diseños innovadores para la remodelación de los dormitorios de sus hijos ofreciendo una extensa gama de productos y una asesoría al cliente directo a través de diseñadores industriales expertos en el sector.</p>
<p>Rentabilidad: Eki Design ha logrado constituir un capital solido poco a poco desde su creación en el año 2011 surgiendo como una iniciativa de un grupo de estudiantes de diseño industrial de una universidad del país. Han aprovechado el contacto y las relaciones públicas con gremios de la construcción lo que les ha permitido aumentar su nivel de clientes en la ciudad de Bogotá y darse a conocer entre constructoras y empresas de arquitectura reconocidas.</p>	<p>Inversión: La fabricación de los muebles y accesorios que utiliza Eki Design en sus creaciones es producida por terceros, es un servicio contratado con industrias especializadas en fabricación de mobiliario, trabajan únicamente bajo órdenes de producción lo que garantiza la entrega de los productos en tiempos muy reducidos en el mercado.</p>

ANÁLISIS DE COMPETIDORES INDIRECTOS

CASCANUECESS



<p>Crecimiento: Cascanuecess surgió como una iniciativa de la empresaria Sandra Liliana Sánchez, su servicio se configura como una asesoría especializada en decoración y diseño de dormitorios para niños, esta empresa no cuenta con un local comercial específico sino que concretan citas y visitan las viviendas de los clientes interesados, es allí donde Sandra con su equipo de trabajo diseñan toda una propuesta que de ser aceptada por el cliente mandan a fabricar con satélites de muebles especializados.</p>	<p>Penetración del mercado: Cascanuecess ha logrado conseguir sus clientes y consolidarse principalmente por el voz a voz de sus clientes, se ha caracterizado por brindar una asesoría especializada y entregando a sus clientes productos de alta calidad.</p>
<p>Rentabilidad: Se ha convertido en un negocio muy rentable ya que no requiere de muchos gastos administrativos, los diseños son realizados principalmente por su propietaria.</p>	<p>Inversión: La fabricación de los muebles y accesorios que utiliza Cascanuecess es realizado por terceros que tienen un convenio establecido con su empresa lo que le permite adquirir esos productos a un precio bajo y poder cobrar por todo el servicio cifras razonables y de fácil acceso para familias de diferentes sectores de la ciudad.</p>

El resultado del estudio de mercado da como el competidor más fuerte a Cilek quien presta sus servicios en tres diferentes partes de la ciudad, por ser una empresa con unas finanzas consolidadas le ha permitido realizar una fuerte presencia en medios de comunicación especializados como revistas de construcción y artículos de grandes superficies, este reconocimiento le ha permitido a su vez invertir una tecnología de punta para la elaboración del diseño de los dormitorios de sus clientes, así mismo la cadena de producción que tienen le da la posibilidad de contar con mercancía disponible para entrega inmediata o en tiempos realmente cortos.

El competidor menos fuerte es Cascanuecess ya que es una empresa que no ha ampliado su mercado sino solamente ofrece sus productos en visitas directas a sus clientes, esto se configura como una desventaja competitiva ya que no cuenta con un local comercial donde pueda ofrecer sus servicios para así captar la atención de posibles clientes, éstos los consigue con una estrategia de mercadeo más moderada.

4.21 Habilidades Comerciales y Administrativas

Contaremos con el mejor personal encargado de nuestras áreas comerciales y administrativas que aporten conocimiento y se visualicen en el mismo fin y visión empresarial. Contaremos con diversos departamentos como contable, compra, servicio al cliente, diseño, marketing, etc., en el cual cada área se encargará de llevar de manera audaz y responsable cada función que de manera general permite una evolución interna y externa de la compañía.

4.22 Proyección de ventas

Nuestra proyección de ventas depende 100% de los resultados que queramos tener realizando una inversión de mercado. Inicialmente de manera mensual nuestra meta en venta está programada alrededor de 15 acomodaciones dentro de las cuales se incluirá toda la parte del diseño y muebles. El precio de cada acomodación depende de la mano de obra y de cada accesorio o mueble que incluya, cada acomodación en el cual incluya cada accesorio estará en un valor aproximado de \$5'000.000 millones de pesos en el cual al final de mes contaremos con un recaudo de las ventas de aproximadamente \$75'000.000 Millones de pesos

4.23 Política de Cartera

Nuestras políticas de cartera se implementan principalmente recalcando el salario justo de cada uno de nuestros trabajadores. Dentro de nuestra compañía se manejan distintas

Áreas como comerciales, atención al cliente, recursos humanos, contabilidad. etc. comenzando en cada área contaremos con un personal aproximados de 3 personas; excepto por nuestra área comercial que nuestro de nuestra visión empresarial es la parte más fundamental la cual nos dará el reconocimiento en el mercado. Dentro de esta área contaremos con diez personas. Cada salario de nuestros trabajadores varían dependiendo su estudio y su función a realizar. Este dinero será obtenido por las ventas mensuales las cuales obtengamos. Dentro de nuestra política empresarial cada personal contará con todos sus servicios legales asumidos por la compañía. y finalmente se mantendrá un depósito continuo para gastos mensual como servicios, mantenimiento de los recursos y demás.

4.24 Presupuesto del plan de Mercado

Nuestro presupuesto de mercado semestralmente será de \$ 45'000.000 millones de pesos, este presupuesto lo obtendremos de las ganancias generadas por medio de las ventas mensuales. Este dinero será destinado para el pago de nuestra publicidad vía Online, vallas publicitarias y para fortalecer nuestros canales de distribución como nuestros diversos estantes en ferias de hogar.

5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

5.1 Descripción del Negocio

La empresa prestará el servicio de adecuación de dormitorios para niños subdividiéndose en las siguientes líneas de producto:

1. Diseño de dormitorios y espacios infantiles, se realiza la propuesta de diseño teniendo en cuenta las diferentes variables como la edad, el sexo del niño, las

dimensiones del espacio y las características que le quieran imprimir al área, por ejemplo la adecuación de un escritorio para estudio o un sofá para invitados, la inserción de una biblioteca o un centro de entretenimiento que incluya televisión y consolas de videojuegos.

2. El área de producción de mobiliario, éste departamento será el encargado de suministrar los muebles necesarios para la adecuación del espacio dependiendo de las dimensiones de la habitación y el modelo previamente escogido, serán principalmente juegos de alcoba, escritorios, sofás, centros de entretenimiento, armarios, bibliotecas, entre otros, elaborados en su mayoría en madera con ciertos accesorios metálicos y los cuales irán acorde con toda la decoración del dormitorio. Cabe resaltar que dichos muebles tendrán la posibilidad de ser modificados en el futuro lo que permite que si los niños atraviesan su adolescencia y pierdan identidad con la habitación de su niñez puedan hacer modificaciones y adecuaciones pertinentes para los gustos que más adelante puedan interesar evitando de esta manera una nueva inversión en la adecuación de todos los objetos del lugar.
3. Fabricación de accesorios y complementos para el dormitorio, en éste se incluyen los tapetes, alfombras, cortinas, lámparas, cuadros, portarretratos y demás artículos que forman parte de la ambientación del cuarto.
4. Instalación, y adecuación final del espacio, es la etapa final del servicio, en ésta se incluye las labores de acabados finales en el lugar, la pintura de las paredes y techos el montaje de los muebles, cuadros, escritorios, mesas, bibliotecas así como

todos los accesorios y detalles que lleva el espacio, para hacer la entrega final al cliente.

- **Las propuesta de valor está acorde con las necesidades de los clientes?**

5.2 Objetivo General

- **Defina el norte principal que se pretende alcanzar en términos de rentabilidad y sostenibilidad.**

5.3 Misión (Identidad Estratégica)

Ser una organización líder en Bogotá y en zonas aledañas en el mercado del diseño, fabricación, instalación y adecuación de dormitorios para niños, mediante la suministración del servicio de todos los productos que conforman nuestro portafolio de manera que permita suplir las necesidades del usuario a nivel particular, institucional y corporativo, ofreciendo legalidad, originalidad, garantía e inventarios.

- **Identifique los socios de cooperación que le apoyarán en su plan de negocio**
- **¿Cuál es nuestra pasión interna que nos impulsa a hacer esto?**
- **¿En qué queremos llegar a ser los mejores en el mundo?**
- **¿Cómo podemos adquirir los recursos que harán posible que vivamos nuestra pasión**

Interna y ser los mejores en el mundo?

5.4 Visión (Futuro Preferido)

Seremos en los próximos tres años una organización integra con estructura de logística, servicio y soporte local a nivel Bogotá y zonas aledañas en diversas líneas de productos vendidas a través de nuestra innovación, soluciones de productos y servicios.

- **Estar formulado en un lenguaje positivo.**
- **Estar enfocado hacia el futuro.**

➤ **Involucrar a todas las personas que van a ayudar a hacerlo realidad.**

...Nos encontramos en el año XXXX y nuestro Futuro Preferido se ha hecho realidad.

Dado que nos encontramos en el año XXXX, hablamos en TIEMPO PRESENTE y sin ningún tipo de reservas porque ya lo hemos logrado.

Hemos logrado que nuestras mejores ideas se hayan hecho realidad, así es que vamos a decir cuáles son esas IDEAS QUE COMPETÍAN entre sí y que hemos incluido en nuestro

Futuro Preferido.

5.5 Análisis Pestel

- **POLÍTICAS:**

- Leyes Aprobadas
- Política fiscal
- Contratación pública
- Política empresarial
- Estabilidad política

- **ECONÓMICA:**

- Confianza
- Consumo
- Posibilidades de financiación

- **SOCIO - CULTURAL:**

- Hábitos sociales
- Demografía
- Medios de comunicación
- Cultura
- Gasto medio de las familias
- Nivel educativo

- Calidad de vida
- Confianza del consumidor
- **TECNOLOGÍA:**
 - Novedades
 - Nuevos productos y desarrollos
 - Capacidad de desarrollo de apps móviles para el negocio
 - Posibilidades
 - Información
- **ECOLÓGICOS:**
 - Productos de reutilización para el bienestar ambiental
 - Leyes de protección ambiental
 - Recursos naturales limitados
 - **LEGALES:**
 - Propiedad intelectual (Patentes y marcas)
 - Licencias necesarias para desarrollar la actividad
 - Leyes de competencia
 - Legislación sobre la salud y seguridad social

5.6 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

<p>RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES: A nivel comercial siempre nos encontraremos con compañías competentes y aunque pocas nuestro servicio también es competencia en el mercado. Es por esto que</p>	<p>AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES: Los nuevos competidores se enfocará en satisfacer y mejorar las condiciones y ofrecimiento de las empresas ya localizadas en el mercado. por este</p>
---	--

<p>pondremos en práctica las mejores estrategias que nos permita ser referencia en el mercado competente.</p>	<p>motivo debemos mediante el tiempo y la exigencia de la necesidad del cliente mejorar el servicio e innovar nuestra asesoría para brindar un servicio más completo</p>
<p>AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS: En la actualidad con tanta renovación tecnológica de manera futura se puede llegar a evidencia la presencia de algún producto sustituto. Nuestra meta a nivel empresarial es progresar y por este motivo como meta nos planteamos satisfacer cualquier necesidad dependiendo el progreso tecnológico</p>	<p>PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES: La buena negociación con los proveedores nos ayudará a obtener contactos de importancia y llegar a acuerdos en los cuales de obtenga el bienestar de ambas partes.</p>

5.7 Fuerzas Impulsoras (Oportunidades y Fortalezas)

Nuestras mayores fuerzas impulsoras se deben a la poca competencia de nuestro servicio a brindar. Esto nos brinda una gran posibilidad de pronto posicionamiento generando un interés en nuestros clientes. Nuestra fortaleza se enfoca en nuestro mejor personal encargado de la renovación y remodelación de las habitaciones en la cual podemos generar diversas modalidades de pago que se adapten a la economía de nuestros clientes.

5.8 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)

Una de nuestras más grandes debilidades consiste en nuestro poco conocimiento a la hora de brindar nuestro servicio,

5.9 Análisis campo de fuerzas (DOFA)

5.10 Cadenas de Valor



Principalmente nuestra empresa se encontrará dividida en distintas áreas que brinda valor y es de vital importancia para nuestra compañía. La logística interna se encargará de brindar un acompañamiento a cada proceso dentro de la compañía. En el área de producción veremos a cada uno de nuestros diseñadores brindar las mejores asesoría a nuestros cliente, el área fundamental de marketing y post - venta se encargará de la obtención de nuevos clientes y generar interés a cada uno de ellos por medio de un buen servicio

5.11 Estrategia Competitiva (Componente Innovador)

Nuestro componente innovador a diferencia de la competencia ubicada en el mercado será contar con la mejor tecnología y personal profesional encargado de brindar el mejor servicio a nuestros clientes. Existen actualmente varias empresas encargadas del mismo proceso de remodelación pero a diferencia de ellas. Nosotros brindamos acompañamiento

continuo a nuestros clientes, realizaremos diversas promociones que motive a nuestros posibles clientes a tener la mejor experiencia con nosotros.

7. ESTUDIO LEGAL

7.1 Objetivo del Estudio Legal

7.2 Marco legal

7.3 Concepto de empresa

7.4 Clasificación de las My Pimes

7.5 Clasificación internacional de actividades económicas (CIU)

7.6 Clasificación de las sociedades

7.7 Constitución legal

Pasos para constituir su empresa como Persona Natural:

1. Asesoría

Idea de negocio o plan de empresa con el apoyo del Centro de Emprendimiento "Bogotá Emprende".

2. Consultas

Realice las siguientes consultas antes de diligenciar los formularios en las diferentes Entidades.

3. RUT

RUT Registro Único Tributario

4. Formularios

Registro Único Empresarial y Social (RUES)

5. Formalización

Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá

7.8 Registro único tributario (RUT)

The screenshot shows the web interface of the Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) for the 'Inscripción RUT' process. The browser address bar shows 'https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripcionRut'. The page header includes the DIAN logo, the date '09-04-2014 / 20:33:14', and the user status 'U.A.E. DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES INVITADO INVITADO'. Navigation icons for 'Alarmas', 'Tareas', 'Asuntos', and 'Cerrar' are visible. The main content area is titled 'Inscripción RUT' and contains the following text: 'Este proceso permite registrar la información relacionada con los datos identificación, ubicación y clasificación de los clientes obligados a inscribirse, por favor seleccione la opción correspondiente y luego pulse el botón continuar.' Below the text is a form with a label 'Tipo Inscripción' and a dropdown menu currently set to '(Seleccione)'. A 'Continuar' button is located at the bottom right of the form area. The footer contains copyright information: '© Derechos Reservados DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales' and the year '2012'.

7.9 Requisitos del registro mercantil

7.10 Resolución de Facturación DIAN

7.11 Obligaciones de registro

GRAN CENTRAL DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL DE COLOMBIA - RUES

Al Registro Único Empresarial (RUE) de que trata el artículo 11 de la Ley 590 de 2000, que integró el Registro Mercantil y el Registro Único de Proponentes, se incorporarán e integrarán los siguientes registros:

- Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro
- Registro Nacional Público de vendedores de Juegos de Suerte y Azar
- Registro Público de Veedurías Ciudadanas
- Registro Nacional de Turismo
- Registro de Entidades Extranjeras de Derecho Privado sin Ánimo de Lucro
- Registro de la Economía Solidaria

El Registro Único Empresarial y Social -RUES-, es administrado por las Cámaras de Comercio atendiendo a criterios de eficiencia, economía y buena fe, para brindar al Estado, a la sociedad en general, a los empresarios, a los contratistas, a las entidades de economía solidaria y a las entidades sin ánimo de lucro una herramienta confiable de información unificada tanto en el orden nacional como en el internacional.

SERVICIOS QUE OFRECE EL RUES

Consultas de todos los registros empresariales 7 x 24 los 365 días del año a través de internet y en las Cámaras de Comercio.

Expedición de certificados de todos los registros que integran el RUES, desde las 57 Cámaras de Comercio del país.

Servicios registrales integrales (matriculas, renovaciones, inscripciones, etc) en más de 200 puntos de la Red de Cámaras de Comercio a nivel nacional para los empresarios.

Apoyo fundamental a los procesos de control y simplificación de las Entidades del Estado.

Fuente para la realización de estudios económicos, establecimiento de políticas públicas y seguimiento al entorno económico y de formalización de las regiones.

Aporte a la transparencia de los negocios, consultas de multas y sanciones de proponentes e inhabilidades, impedimentos y prohibiciones del registro mercantil.

Base técnica para el crecimiento de servicios virtuales registrales de la Red de Cámaras de Comercio, como:

- Expedición de Nit
- Registro Nacional de Turismo
- Reporte de contratos, multas y sanciones de las Entidades del Estado
- Expedición de certificados de Cámara de Comercio por internet con firmas digitales.
- Portal de Creación de Empresas

7.12 Revisión técnica de seguridad (bomberos)

7.13 Normas sanitarias y de salud (Secretaría de Salud)

Estas son las entidades que debe contactar y los trámites que debe hacer para que su empresa empiece a funcionar con todos los permisos.

Entidad	Trámites	Carácter	Datos de Contacto / página web
Superintendencia de Industria y Comercio	Consulta de marca Registro de marca Registro de patentes Expedición del certificado de pesas y medidas Calibración de instrumentos de medición	Voluntario, si usted desea proteger su marca, lema, enseña o patente.	Carrera 13 27-00 piso 5 Teléfonos: 3375 360 - 3820840 ext: 216
Secretaría Distrital de Planeación	Solicitud de concepto de uso de suelo	Voluntario, si usted decide informarse sobre los usos de suelo permitidos en su establecimiento.	Curador urbano No 1: Calle 95 23-20 tel.: 6010099 - www.curaduria1bogota.com Curador urbano No 2: Calle 99 10-32 tel.: 2578638 www.curaduria2bogota.com Curador urbano

			No 3: Calle 97 13-55 tel.: 6353050 www.cun.edu.co raduria3bogota .
Secretaría Distrital de Ambiente	Permiso de vertimiento Permiso de concesión de aguas subterráneas Permiso de emisiones atmosféricas para fuentes fijas Solicitud de registro de libro de operaciones de empresas forestales Solicitud de certificado de cumplimiento Solicitud de concesión de aguas superficiales Licencia ambiental	Obligatorio, de acuerdo al impacto ambiental que genere su actividad.	Secretaría Distrital de Ambiente: Cra 6 14-98, piso 2,5,6, 7 y 12, torre a y piso 3 y 4 torre b. Edificio: Condominio Parque Santander. Conmutador: 4441030 <a href="http://www.secretariad
eambiente.gov.co">www.secretariad eambiente.gov.c o

Dependiendo de la actividad que va a realizar su empresa, es probable que deba hacer algunos de los siguientes trámites cuando termine las gestiones de creación y constitución. Esto le servirá para que su empresa opere legalmente y para proteger su actividad comercial.

7.14 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (Invima)

7.15 Normas de contaminación ambiental (Secretaría de Ambiente)

Leyes, Decretos y Resoluciones aplicables para la industria del plástico vigentes en el ámbito nacional.

Agua	
Decreto 475/1998 Ministerio de Salud	Por el cual se expiden normas técnicas de calidad de agua potable.
Resolución 372/1998 y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Actualización de tarifas mínimas de tasas retributivas por vertimientos líquidos se dictan disposiciones.
Resolución 273/1997 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Tarifas mínimas de tasas retributivas por vertimientos líquidos para los parámetros DBO y sólidos suspendidos totales SST.
Ley 373/1997 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Uso eficiente y ahorro del agua.
Decreto 1594/1984 Ministerio de Agricultura	Usos del agua. Residuos líquidos. Vertimientos.
Decreto 2105/1983 Ministerio de Salud	Se reglamenta parcialmente el Título II de la ley 9 de 1979 en cuanto a potabilización de agua.
Decreto 1541/1978 Ministerio de Agricultura	Establece las normas para el acceso y el uso de las corrientes de agua: clasifica las aguas y sus usos.

Residuos Sólidos	
Decreto Ley 2811/74 Gobierno Nacional	Código de los Recursos Naturales Renovables. Art.34: Manejo de residuos, basuras, desechos y desperdicios.
Ley 9/79 Gobierno Nacional	Ley Sanitaria Nacional. Artículos 23 al 31. Restricciones para el almacenamiento, manipulación, transporte y disposición de los residuos sólidos.
Decreto 2104/83 Ministerio de Salud	Derogado parcialmente por el Decreto 605/96 de Min. Desarrollo. Se encuentran vigentes las consideraciones ambientales en la prestación del servicio y la gestión de los residuos sólidos establecidas en este Decreto.
Resolución 2309/86 Ministerio de Salud	Regula todo lo relacionado con el manejo, uso, disposición y transporte de los Residuos Sólidos con características especiales. Establece responsables de su recolección, transporte y disposición final.

Resolución 1045/03 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Por la cual se adopta la metodología para la elaboración de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos, PGIRS.
--	--

Aire

Resolución 0058/2002 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Se establecen normas y límites máximos permisibles de emisión para incineradores y hornos crematorios de residuos sólidos y líquidos.
Resolución 0304/2001 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Se adoptan medidas para la importación de sustancias agotadoras de la capa de ozono.
Resolución 1048/1999 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Niveles permisibles de emisión de contaminantes producidos por fuentes móviles terrestres a gasolina o diesel en condición de prueba dinámica.
Resolución 0415/1998 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Se establecen los casos en los cuales se permite la combustión de aceites de desecho y las condiciones técnicas para realizar la misma.
Resolución 528/1997 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Prohíbe la producción de refrigeradores, congeladores y combinaciones de refrigerador-congelador, de uso doméstico que contengan (CFCs) y fija los requisitos para la importación.
Decreto 948/1995 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Define el marco de las acciones y mecanismos administrativos de las autoridades ambientales para mejorar y preservar la calidad del aire.
Resolución 619/1997 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Se establecen parcialmente los factores a partir de los cuales se requiere permiso de emisión para fuentes fijas.
Resolución 898/1995 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Se regulan los criterios ambientales de calidad de los combustibles líquidos y sólidos utilizados en hornos y calderas de uso comercial e industrial y en motores de combustión interna de vehículos automotores.
Resolución 2308/1986 Ministerio de Salud	Análisis de la calidad del aire en relación con material particulado.
Resolución 1922/1985 Ministerio de Salud	Procedimientos para el análisis de la calidad del aire.
Decreto 02/1982 Ministerio de Salud	Emisiones Atmosféricas. Cap. II Normas de calidad del aire y métodos de medición.

Ruido

Resolución 8321/1983 Ministerio de Salud	Se dictan normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud, y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos.
Resolución 1792/90 Ministerio de Trabajo, Seguridad Social y Salud.	Por medio del cual se adoptan valores, límites permisibles para la exposición ocupacional al ruido.

CONCLUSIONES

El desarrollo de cualquier idea de negocio requiere la implementación de toda una serie de pasos que conforman la investigación, es así como el resultado de cualquier negocio se configura en un éxito, basado en los estudios previos que se realicen sobre el mercado que se desea penetrar.

Por otro lado se logró establecer los pasos requeridos para la constitución de la empresa Happy Kids constituido a su vez por un amplio estudio de mercado que permitió establecer las necesidades de suministrar cuartos y ambientes infantiles para familias de la ciudad de Bogotá.

Se realizó un completo estudio técnico sobre los requerimientos y la infraestructura necesaria para iniciar la empresa y ponerla en marcha.

BIBLIOGRAFIA

- Colombia, C. d. (05 de 12 de 2008). Ley 1258 de 2008. *Diario Oficial No. 47.194*, pág. 1.
- Construcción, C. -C. (2014). *Colombia construcción en cifras*. Bogotá: Camacol.
- Gonzalo Solano, F. A. (2012). *GUIA DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES*. Bogotá: ECCI.
- Hoy, L. E. (27 de 12 de 2013). *La Economía de Hoy*. Obtenido de <http://laeconomiadehoy.com.co/salario-minimo-colombia-1950-2014/>
- López, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla, Manuales de gestión*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- Ministerio de Comercio, I. y. (01 de 01 de 2009). *Bancoldex*. Recuperado el 20 de 08 de 2014, de Bancoldex: http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf
- ONU, F. F. (01 de 10 de 2005). *FAO*. Recuperado el 09 de 02 de 2014, de <http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s09.htm>
- Salazar, S. H. (01 de 12 de 2012). *Catastro Bogotá*. Recuperado el 09 de 02 de 2014, de Es escaso el suelo disponible en Bogotá?: http://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/files/Presentaci%C3%B3n_Suelo%20disponible_ajustada%20FINAL.pdf