

**INTERNACIONALIZACIÓN DEL SERVICIO DE DECORACIONES
INTERIORES ECOLÓGICAS QUE OFRECE LA EMPRESA MURS VERTS S.A.S**

Presentado por:

JUAN ESTEBAN GARCÍA HERNÁNDEZ

1811981849

JUAN DAVID RODRÍGUEZ RICO

1511025747

EMILCE HERRERA UCHUVO

1211960049

SEBASTIAN RODRÍGUEZ DÍAZ

1421021917

NOTA: 208 PTS

Tutor:

María Gabriela Ramos Barrera

Politécnico Grancolombiano

Facultad de Negocios, gestión y sostenibilidad

Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2020

**INTERNACIONALIZACIÓN DEL SERVICIO DE DECORACIONES
INTERIORES ECOLÓGICAS QUE OFRECE LA EMPRESA MURS VERTS S.A.S**

JUAN ESTEBAN GARCÍA HERNÁNDEZ

JUAN DAVID RODRÍGUEZ RICO

EMILCE HERRERA UCHUVO

SEBASTIAN RODRÍGUEZ DÍAZ

**Trabajo de grado presentado
Como requisito para optar el
Título de Negocios internacionales**

Tutor:

Especialista en Economía Internacional

María Gabriela Ramos Barrera

Politécnico Grancolombiano

Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2020

ÍNDICE

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
OBJETIVOS	8
MARCO TEÓRICO.....	9
ANTECEDENTES.....	11
JUSTIFICACIÓN.....	14
METODOLOGÍA	15
ESTUDIO DE MERCADO	16
ESTUDIO TÉCNICO.....	19
ESTUDIO LEGAL.....	23
ESTUDIO FINANCIEROS	26
CONCLUSIONES.....	29
ANEXOS.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	32

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis de posicionamiento de Mercado	18
Tabla 2. Información personal de la empresa	19
Tabla 3 Inicio de la empresa	20
Tabla 4 Capacidad de producción	20
Tabla 5 Maquinaria	21
Tabla 6 Presupuesto de Inversión	21
Tabla 7 Amortización.....	26
Tabla 8 Flujo de caja.....	27
Tabla 9 Datos	27
Tabla 10 TIR	28

RESUMEN

La internacionalización de los servicios de diseño de interiores con materiales reciclables ha sido un mercado poco explorado en el país por lo que la oportunidad que se presenta con la empresa Murs Verts en el mercado latinoamericano se debe aprovechar al denotar con el estudio realizado en el siguiente trabajo con la demanda existente y la capacidad productiva que actualmente tiene la empresa, brinda las herramientas necesarias para ampliar el rango de clientes que cubre en el presente. Para ello tener claras las metas propuestas crea una base sólida para contribuir con el crecimiento comercial y económico no solo de la empresa sino del país al incluir un nuevo producto dentro del portafolio de exportación. Por ello se relacionan al final del documento una serie de recomendaciones que debe tener en cuenta para la implementación de este proyecto para poder cumplir con éxito la metas como lo es una nueva campaña publicitaria y manejo eficiente del personal de la empresa para cumplir con las obligaciones adquiridas dejando en alto el nombre de la industria colombiana en el exterior.

Palabras clave: Internacionalización, mercado, reciclable, diseño y empresa.

INTRODUCCIÓN

Murs Verts pretende reducir la contaminación atmosférica, acuática y del suelo generada por los desechos de residuos sólidos. A través de nuestros diseños elaborados con materiales reciclables. Nuestros clientes potenciales empresas o viviendas en donde realizamos decoraciones en todos los materiales que se puedan reciclar. En donde los productos son fabricados con vidrio, cartón, estibas (madera), cuerda, llantas, tela, cemento ecológico, corchos y plantas, todo completamente reciclado para contribuir al mejoramiento ambiental con un plus de muros verdes para innovar en las costumbres ambientales. En el mundo uno de los principales problemas es el descontrol que se tiene con los residuos sólidos y la contaminación atmosférica, debido a esto Murs Verts es una empresa que se encarga de darle un estilo a cualquier casa o empresa ya sean hoteles, restaurantes, boutiques e incluso edificios públicos con su sinigual idea de utilizar materiales reciclables para sus diseños y la implementación de muros verdes que consisten en plantas sembradas en las paredes de forma vertical.

Cada metro cuadrado provee el oxígeno suficiente como para una persona durante todo 1 año, reducen el estrés, dan un toque estético de sofisticación y cuidado al entorno y aumentan la plusvalía de la zona.

Debido a los cambios acelerados en la innovación empresarial y las tendencias de la moda en la decoración se proyecta a futuro nuevos mercados globalizados que permitirán generar nuevas industrias con materiales que permitirán cuidar el planeta.

Nuestra empresa deberá conquistar el mercado con su calidad y competitividad manteniendo contratos y relaciones locales, nacionales e internacionales acorde a los nuevos retos calculando el tipo de cambio actualizado para minimizar riesgos económicos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el paso de los años ha aumentado significativamente los desechos sólidos lo cual ha generado alteración de los ecosistemas y pérdidas de biodiversidad. Según el Banco Mundial, el mundo en desarrollo tendrá que enfrentar en 2025 mayores niveles de producción de desperdicios de los que sus ciudades podrán manejar, en promedio cada una de las personas de ese entonces, producirá 1,42 Kg de basura urbana al día, más del doble de lo producido hoy (0,64 Kg)'. (Dinero, 2015)

La generación de residuos puede provocar los siguientes impactos negativos, referidos no solo al ámbito ambiental, sino también al económico, sanitario y social.

Problemática ambiental

- Sobreexplotación de recursos naturales
- Ocupación del espacio
- Deterioro del paisaje
- Contaminación del suelo, agua y aire
- Mayor riesgo de incendios
- Olores
- Alteración en los ciclos de vida de especies animales
- Enfermedades o muerte en seres vivos
- Bioacumulación de sustancias en especies que pasan a la cadena trófica y llegan hasta la empresa.
- Aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero y potenciación del cambio climático
- Alta inversión en la gestión de los residuos y su mantenimiento
- Costes asociados a descontaminación y restauración de espacios
- Despilfarro de posibles materias primas no utilizadas
- Pérdida de valor económico del suelo

Problemática social

- Deterioro del entorno
- “Compra-venta” de residuos que convierten las regiones más pobres en vertederos

Problemática sanitaria

- Proliferación de animales transmisores de enfermedades en los lugares de acumulación de residuos
- Contaminación bacteriana (Junta de Andalucía, s.f.)

Planteando lo anterior la empresa que se propone se encarga de mitigar el impacto estético y ambiental realizando cambios atractivos a los locales de nuestros clientes, con productos hechos en materiales reciclables y con plantas que sirven para la realización de muros verdes, las cuales son bien dadas en el sector de producción y que se encuentran muy fácil en este país. Al ser un territorio muy diverso, cuenta con la suficiente materia prima que respecta a los muros verdes y al aun no tener esa iniciativa de reciclaje pueden ser los primeros en generar una tendencia nacional y llevar los productos a nivel internacional. Desde esta perspectiva, surge la pregunta problema transversal a la investigación:

¿QUÉ TÁCTICAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PUEDE USAR LA EMPRESA MURS VERTS S.A.S?

OBJETIVOS

General

Internacionalizar el servicio de decoraciones interiores ecológicas que ofrece la empresa Murs Verts S.A.S a países cercanos de Latinoamérica.

Específicos

- Adquirir conocimiento de los procesos de internacionalización e innovación del servicio de decoraciones de interiores ecológicas que ofrece la empresa Murs Verts S.A.S a países de Latinoamérica
- Analizar la situación y funcionamiento de las empresas de servicios en decisiones de internacionalización, decisiones de localización y de innovación
- Exponer un modelo de dirección estratégica para la internacionalización de la empresa Murs Verts en el actual entorno globalizado

MARCO TEÓRICO

Michael E. Porter realizó un trabajo de investigación sobre el análisis de las industrias y los competidores, describiendo una teoría de acciones ofensivas y defensivas de las empresas para defender su posicionamiento en el mercado; estas daban respuesta a cinco fuerzas competitivas determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que siempre buscan el mayor rendimiento de la inversión realizada. Porter identificó tres estrategias genéricas que para su funcionamiento es primordial el compromiso total de los integrantes de la compañía y el establecimiento de un objetivo general en el cual se puedan enfocar todos los esfuerzos. Las estrategias genéricas son enfoques para superar a los competidores en la industria; en algunas industrias la estructura significará que todas las empresas pueden obtener altos rendimientos, mientras que, en otras, el éxito con una de las estrategias genéricas puede ser necesario solo para obtener rendimientos aceptables en un sentido absoluto (Porter, 1980).

Estas estrategias son:

- Liderazgo en costos: estrategia popular en la década de 1970, debido a su arraigo con la curva de la experiencia. Se trata de mantener el costo más bajo frente a los competidores y aumentar el volumen de ventas.
- La diferenciación: crearle al producto o servicio una característica que lo determine como único. Esta era considerada como barrera contra la competencia debido a lo conocido como lealtad de marca. La diferenciación significa el sacrificio de participación del mercado e invertir en investigación, desarrollo, materiales y demás.
- El enfoque: consiste en el encauce sobre un grupo de clientes de un segmento de productos o un mercado específico. La empresa debe tener la capacidad de servir a un objetivo estratégico de forma más eficiente a diferencia de la competencia con mayor cobertura de mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proyecto hará uso de esta teoría de internacionalización utilizando las estrategias planteadas por Porter, observando la capacidad actual de la misma y la oferta de los productos representando una posibilidad de negocio que no debe desaprovecharse, por lo que con las herramientas a usar para aplicarla se explotara la oportunidad de la

reutilización de recursos, la idea de innovación que representa la misma empresa al no haber en el momento una competencia directa que afecte el mercado y al tener claridad sobre la población a la cual se dirige el producto se establecen los mecanismos que se implementaran para el cumplimiento de las metas u objetivos establecidos. El diseño de interiores reciclable podría ser extraño, pero al implementarlo con diseños culturales colombianos, diseños flexibles y personalizados para cada cliente, se puede hallar esa necesidad que puedan tener los clientes de renovar su inmueble.

Los países para ofrecer el producto podrían ser los miembros de la Alianza del Pacifico que son México, Chile, y Perú. Con estos países se tienen muy buenas relaciones internacionales y se tiene cierto grado de confianza y apoyo económico para invertir. Como dato a resaltar se podría incluir que **Perú** es el país con mayor potencial y buenas relaciones económicas, lo cual se convierte en el principal donde se debería comenzar a exportar el producto, y también se desea resaltar que las alianzas antes mencionadas tienen derechos y oportunidades financieras para acortar procesos de exportación e importación de productos y servicios.

Por último, como la empresa maneja productos reciclados y se está viendo que el eje ambiental y la necesidad de tener sellos en reconocimiento al manejar materias reciclables, que puedan reutilizarse y además sea nulo su efecto sobre el medio ambiente, se podría ver otra oportunidad para desarrollar el plan de negocio citando los problemas medioambientales antes expuestos en el problema del proyecto, se pueden ver las puertas abiertas para proceder con el plan de negocio. Las noticias en cuanto a mejorar la economía colombiana en pro de ayudar a la tierra, se han vuelto titulares frecuentes y muy destacados, que tratan de sensibilizar a la población sobre las rutinas diarias en las cuales se vea más involucrada la cultura ambiental proporcionando un impacto positivo en el futuro del país.

Teniendo los países a exportar el producto, una oportunidad tributaria en cuanto a la economía naranja y la necesidad de que las empresas garanticen en cualquier idea o proyecto que tengan aportar su grano de arena al medio ambiente, lo cual da la motivación necesaria para desarrollar el plan de negocio con la empresa Murs Verts, y el objetivo prioritario de internacionalizar nuestra marca. Es un producto difícil de negociar y encontrar clientes, pero con el apoyo de oportunidades, se pueden hacer inversiones ambiciosas y analizar los pronósticos que se puedan arrojar con este proceso ambicioso.

ANTECEDENTES

La comercialización de productos elaborados con material reciclado ha sido poco conocido en el país, por lo que existen pocos proyectos que se hayan enfocado en este tema en específico.

Uno de los proyectos que se han realizado en el país con una temática similar ha sido “Proyecto de investigación de mercado para la exportación de artesanías de madera” realizada por Becerra Muñoz Laura Marcela y Rojas Mojica Jennifer Xiomara estudiantes de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas cuyo objetivo principal es la realización de un estudio de factibilidad de la exportación de artesanías en madera. Este proyecto fue realizado gracias a continuos acompañamientos a la empresa y las diferentes entidades que contaran con información relevantes sobre el tema. (Mojica, 2018)

Fue posible el diseño de un plan de acción enfocado en aspectos de producto, precio, plaza y promoción, además de aspectos logísticos y de distribución física internacional (DFI). Adicionalmente, se contempló la construcción de un modelo de negocio con clientes, aliados y proveedores estratégicos, y la propuesta de distintas tácticas que permitan la incursión exitosa de la empresa en el mercado internacional. (Mojica, 2018)

El segundo trabajo encontrado ha sido un “Modelo de internacionalización del sector de reciclaje en Colombia” realizado por Ana Katherinne García Acero y Laura Natalia Ochoa Rodríguez estudiantes de la Universidad del Rosario, teniendo como objetivo proponer una ruta de internacionalización para las empresas analizadas en el transcurso del documento.

Se realiza un análisis de tres empresas del sector del reciclaje: Smurfit Kappa Cartón de Colombia S.A., Ecoeficiencia S.A.S y Fibras Nacionales S.A.S, para conocer la aplicación de las teorías de internacionalización y observar cómo se desarrollan en la realidad colombiana. El objetivo es que este documento sirva como medio de consulta para empresarios y empresas interesadas en mejorar el nivel de vida de los recicladores, contribuir con el medio ambiente y mejorar la competitividad y productividad del reciclaje en Colombia, logrando convertirse en un sector de talla mundial. (Rodríguez, 2011)

Otro de los documentos encontrados fue “Diseño del plan exportador para la comercialización de gránulos de tereftalato de polietileno (PET) para la empresa PET

RECICLADO DE COLOMBIA S.A. – PETRECOL S.A.” realizado por Carlos Mauricio Abril Flórez, estudiante de la Universidad Pontificia Bolivariana, cuyo objetivo es diseñar un plan exportador para la empresa PETRECOL S.A. para la comercialización de gránulos de PET.

Para el desarrollo de este objetivo fue necesario hacer una evaluación objetiva acerca de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (DOFA) en todas las áreas de la organización definiendo las ventajas competitivas y su origen. Seguidamente, se incluye en este estudio todos los Acuerdos, Normas, Regulaciones e Información complementaria que al final permitió crear estrategias de entrada y planeas adecuadamente la forma de operación para aconsejable para acceder al mercado. Finalmente, se planearon algunas conclusiones y recomendación que ayudar a poner en marcha al Plan Exportador de PETRECOL. (Flórez, 2010)

El cuarto documento encontrado en relación con el proyecto es “Diseño del plan exportador para la empresa creaciones J&D” realizado por Erika Michelle Castaño Chavarro y Juan Sebastián Bueno Barrera estudiantes de la Universidad del Rosario, cuyo objetivo es diseñar un plan exportador para la empresa.

Por medio del uso de una serie de variables analizadas en el desarrollo del proceso para el inicio de una actividad de exportación ayudamos a esta PYME a facilitar su proceso de internacionalización a mediano plazo, dependiendo de la experiencia y resultados en el mercado objetivo a largo plazo será probable vender los productos comercialmente por medio de marca y prestigio. La recomendación es concentrarse en la ventaja competitiva del diseño y calidad del producto, en cuanto a su capacidad productiva, es poder garantizar los tiempos de entrega usando empresas satélites y demás medios que maximicen utilidades y optimicen tiempo, para tener una capacidad de respuesta a la altura de los mercados internacionales (Barrera, 2010)

Otro de los documentos encontrados sobre la exportación de productos es “Diseño del sistema logístico de la cadena de abastecimiento del desperdicio y desecho del vidrio en Colombia para exportar a Chile” realizado por Sandra Patricia Alfonso Romero, Mariam Facio Lince Téllez e Ingrid Johanna Luis Rojas, cuyo objetivo es desarrollar un proyecto logístico y de exportación para el centro de reciclaje la Alquería en cuanto a desperdicios y vidrio.

En economías emergentes y tan volátiles, los mercados globales de productos tradicionales se han vuelto poco atractivos, razón por la cual se investigó y se trabajó en la

creación y adecuación de una organización que concentra, genera valor agregado y distribuye material reciclado de vidrio a Chile (Sandra Patricia Alfonso Romero, 2010)

Por otro lado, también se tuvo en cuenta “Proceso de internacionalización de Multimpresos S.A.S para la exportación de industria gráfica a panamá” realizado por Laura García Duque y Diana Gómez Eusse, cuyo objetivo es Determinar la pre factibilidad de desarrollar un proceso de exportación de brochures de alta gama hacia Panamá.

De acuerdo con las aptitudes y actitudes planteadas para la Tecnología de Comercio Internacional, la práctica de negocios internacionales en su proyecto de consultoría plantea evaluar y definir dentro de una compañía un problema que afecte directamente los procesos de producción o comercialización y al cual el grupo de trabajo pueda brindar posibles soluciones actuando desde sus conocimientos, competencias y apoyos brindados por el docente; por lo anterior escogimos a la compañía Multimpresos S.A.S. una compañía líder en el mercado de impresión de catálogos de vestidos de baño, ropa interior, cosméticos y joyería, revistas, libros de alta gama y formas comerciales, con el fin de desarrollar el proceso de internacionalización (Eusse, 2016). Para finalizar otro de los proyectos encontrados ha sido “Reciclaje en Colombia: “oportunidad para incursionar al mercado internacional” realizado por Aura Emilia Suarez Iglesias estudiante de la Universidad Militar Nueva Granada cuyo objetivo es detectar oportunidades de negocios, identificando las formas adecuada de intervención en el sector del reciclaje, con el fin de mejorar la eficiencia del sector y la situación socioeconómica de Colombia. Detectar oportunidades de negocios, identificando las formas adecuada de intervención en el sector del reciclaje, con el fin de mejorar la eficiencia del sector y la situación socioeconómica de Colombia (Iglesias, 2013)

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se realiza con el fin de implementar tácticas de internacionalización para la empresa Murs Verts S.A. observando las oportunidades que hoy en día se están presentando en el mercado internacional en el cual los productos colombianos han tenido una gran acogida y con las nuevas políticas ambientales que han ido creando los gobiernos en los diferentes países intentando establecer una conciencia de responsabilidad ambiental en los habitantes, han creado una nueva demanda para la innovación en el sector de la construcción y diseño de los hogares en los cuales se está volviendo moda la adquisición de artículos que conserven los recursos naturales de los que hoy se disfruta.

Además de lo anterior el desarrollo de este documento fortalece los conocimientos que se adquieren a lo largo de la carrera de negocios internacional, al poder aplicar las teóricas vistas en la vida real con una empresa que tiene la capacidad de crecer según lo planeado, teniendo en cuenta su conformación para poder adquirir las responsabilidades que son necesarias para la exportación de bienes.

METODOLOGÍA

“Diseñar la metodología de un trabajo de investigación significa especificar los detalles y procedimientos acerca de cómo se realizará la recolección de datos de las fases subsiguientes, es decir en el desarrollo del proyecto, tesis, monografía, etc., a fin de lograr en forma precisa el objetivo de la investigación. Según Campos, el diseño de la investigación es un “plan de actividades a realizar para el tratamiento empírico (es decir, no teórico) del objeto de la investigación”. (Marka investigación, 2019)

En la siguiente investigación es necesario usar el tipo de investigación descriptiva para dar un observar y describir lo que está sucediendo actualmente en la empresa y en el mercado al que pertenece, para ello se utilizaran elementos cuantitativos y cualitativos. Por lo tanto, es importante reconocer la importancia de este sector en la economía nacional, demostrando las posibles oportunidades de negocio que se presentaría con la implementación de este proyecto. Se hace un análisis de los distintos estudios y desarrollar mejor el plan de negocio. La realización de entrevistas de forma presencial no se podrá realizar para ello es importante hacer uso de herramientas informáticas como las encuestas por Google las cuales ofrecen la oportunidad de tabular y graficar las diferentes respuestas haciendo más fácil el análisis de la información corroborando los datos encontrados sobre esta industria a nivel nacional en las diferentes páginas de comercio o revistas con reportajes referidos a este tema.

Para la terminación exitosa del presente proyecto la confiabilidad y veracidad de las fuentes de información representan uno de los pilares que sostienen su funcionalidad, ya que con estas se demostrara el problema observado por los integrantes del equipo de trabajo en la empresa, sustentado en datos que ilustraran las condiciones actuales a las que se enfrentan para la comercialización de sus productos a nivel nacional e internacional.

Siguiendo con esta problemática el objetivo principal de este estudio es implementar un plan de comercialización a nivel nacional e internacional, por ello se utilizará la investigación de acción la cual se centra en la generación de cambios en la realidad encontrada. La aplicabilidad del desarrollo de este documento, determinará el grado de aceptación que tendrá la idea a plantear sobre la comercialización internacional de los productos de la empresa Murs Verts S.A. pero que al cumplir con las metas propuestas al inicio del mismo podría significar el inicio de una era diferente para el mercado como se conoce hoy en día, ya que con el crecimiento de esta

creará una nueva fuente de empleo, nuevo producto en el portafolio de exportación, innovación, entre otros. Esto favorece a la economía y a el ambiente que en los últimos años han sido temas bastante tratados observando los cambios drásticos en el clima, estructura, naturaleza, llegada de nuevas enfermedades, etc. que han dejado clara la realidad negativa a la que se está enfrentando el mundo.

Los resultados obtenidos en las entrevistas y encuestas servirán para ampliar el punto de vista que se tiene sobre la empresa y la industria, siendo así la base para proponer ideas de cambio en el funcionamiento de la empresa siempre enfocados en la ampliación del mercado a un nivel internacional cambiando la realidad que se ha observado para tener un mejor control de la capacidad productiva y de comercialización.

ESTUDIO DE MERCADO

En Murs Verts, el principal producto es un servicio de diseño de interiores, resaltando utilizar materiales reciclables para dar un toque ambientalista, y ecológico a empresas, casa, locales, espacios culturales o negocios donde se pueda implementar el servicio, tanto en Colombia como en Chile, Perú o México que son las oportunidades de internacionalizar el producto. En todo el mundo la carrera de Arquitectura y de Diseño de Interiores es una de las más estudiada por los jóvenes, ya que es una carrera que sus conocimientos podrían considerarse universales y abre puertas laborales en muchos subsectores (Arquitectura y Diseño de interiores, 2019) en Colombia ha aumentado la oferta laboral en estos dos sectores ya que se necesitan renovar o construir edificaciones, modernas y que se adapten a los estándares tecnológicos, innovadores y ambientalistas que queremos mostrar en la empresa.

En el país el precio que se maneja haciendo todo el proceso de diseño de interiores ronda entre diferentes alternativas, como dinero por metro cuadrado, dinero por hora de consulta, dinero por el estilo que se desea trabajar o sencillamente se trabaja con un presupuesto y se negocia con el cliente. La empresa Murs Verts, maneja tarifas por metro cuadrado que es la que más le ha resultado con éxito porque al tener tarifas fijas y los materiales reciclables pueden obtenerse a diferentes precios, incluso muy baratos, se puede tener una buena ganancia. También es de resaltar que el sector ha crecido, ya que es una de las ofertas junto con Arquitectura que más dejan empleos en Colombia

Los países donde queremos expandir el negocio son Perú Chile y México, los cuales

también muestran un incremento en estos sectores. Citando a Perú se encontró que ha venido creciendo la demanda de ofertas laborales en este aspecto desde hace más de 10 años (Andina, 2010) donde resaltan sus diseños andinos que son muy llamativos y culturales. En México, la Arquitectura de Interiores como también es conocida esta parte del sector ha crecido mucho debido a que se necesitan diseños para las empresas que están creciendo constantemente en el país y la profesión va evolucionando bastante (Naranjo, 2019) y en Chile también se ha visto aumentada la demanda de este sector, por las constantes remodelaciones que tienen que hacer debido a sus condiciones geográficas.

También se consultaron los precios costo promedio de un proyecto de diseño de interiores en los distintos países que se analizaron en el plan de negocio. En Colombia se maneja un promedio de \$2.663.130 de pesos colombianos, en Chile se maneja una tasa en promedio \$624.097 pesos chilenos, en México \$22.181 pesos mexicanos y finalmente en Perú S/ 1.575 soles peruanos (habitissimo , s.f.) Cambiando a la moneda local (peso colombiano COP) el promedio indica que Perú gasta \$1.740.000, Chile \$2.900.000 y México \$3.500.000, mostrando que los Peruanos son los que menos gastan en diseño de interiores y los Mexicanos por el contrario son los que gastan más. En general si se quiere adaptar el servicio ecológico se debe adaptar a las necesidades de cada país, y en el que es más fácil trabajar con más dinero es México, pero considerando la distancia es difícil poner tarifas reales.

En cuanto a la competencia en el país, Murs Verts es la primera empresa de diseños ecológicos laborando en Santander; gracias a los únicos diseños hechos con materiales totalmente reciclables ya que es la única empresa que hasta el momento realiza diseños totalmente ecológicos en Barrancabermeja, sin embargo la competencia se basa en personas naturales (diseñadores de interiores) que laboran sin una entidad, y unos competidores que se ubican en la ciudad de Bucaramanga de decoración de interiores pero sin la filosofía de cuidado del ambiente.

En los anexos se incluye una tabla donde indica como avanza el PIB en Santander desde el 2005 hasta el 2018, junto con su división en parte de los sectores económicos y además se presenta una tabla de empresas competidoras mostradas geográficamente para ver sus aspectos más importantes, que podría tomar Murs Verts para mejorar en su empresa o ver que debilidades tienen sus competidores y aprovecharlas a su favor.

El sector de servicios cuenta con un gran porcentaje de 2005 a 2018 y dependiendo de la variación de 2017 a 2018, en el departamento de Santander conserva un PIB total departamental de 2,2.

ANALISIS DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Tabla 1 Análisis de posicionamiento de Mercado

Empresas competidoras	Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
Tickto Studio	Personas naturales o jurídicas; de edades de 30 en adelante, especialmente mujeres.	Debido a su fama de realizar trabajos con excelente puntualidad y buenos materiales	La empresa está ubicada en Bucaramanga, pero hace trabajos a nivel nacional	Sus precios varían dependiendo del estilo del diseño, el precio de la habitación más pequeña varía entre 300.000 a 500.000
Equilibrio interiorismo	Personas jurídicas; de cualquier tipo de sector comercial ya sean hoteles, entre otros.	Es elegida por su fama en la ciudad	La empresa comercializa el producto en todo Santander	Sus precios varían dependiendo del estilo del diseño, el precio de la habitación más pequeña varía entre 150.000 a 250.000 dependiendo de lo grande de la habitación y el estilo
Arq. Jeanette bergsneider	Personas naturales de edades de 25 en adelante, especialmente mujeres	Es elegida por sus estilos modernos, que coinciden con los nuestros	La empresa labora en el área metropolitana de Bucaramanga	El precio varía en lo grande del sector a decorar, por toda la sala se cobra 800.000 con todo incluido excepto los muebles

ABL vitrales	Personas naturales o jurídicas interesadas en la decoración de ventanales o mesas con vidrio	Empresa conocida por el sector en el que se desenvuelve	ABL vitrales trabaja en el área metropolitana de Bucaramanga.	Un cuadro vitral con espejo en el medio tiene un valor de 89.900 pero los precios varían dependiendo del tamaño
--------------	--	---	---	---

Fuente: elaboración propia

ESTUDIO TÉCNICO

Costos Administrativos

La empresa cuenta con 8 operarios de maquinaria o de producción según lo requiera el proyecto, un supervisor, un gerente general y gerente administrativo. Así comenzó la empresa, y es un tamaño óptimo, si el proyecto lo requiere, se pueden buscar trabajadores temporales para satisfacer los plazos estipulados con el cliente, y en el futuro caso de trabajar fuera del país, los 2 gerentes son los encargados de organizar el proyecto en el país seleccionado, mencionándole al cliente que puede trabajar con gente del país o traer unos pocos al país del negocio para trabajar. Aun así, siempre se pide la consulta de todo el equipo de trabajo para organizar el proyecto con el cliente de la mejor manera.

En este caso, los salarios de los empleados hacen parte de los gastos:

Tabla 2. Información personal de la empresa

Cargo	Salario
Operarios	\$900.000
Supervisor	\$1.200.000
Gerente general	\$3.000.000
Gerente administrativo	\$2.000.000

Fuente: elaboración propia

La empresa se encuentra en Barrancabermeja, Santander. Para poder iniciar con el objetivo de esta compañía son activos fijos, registros, constitución de la sociedad y capacitación del personal.

Tabla 3 Inicio de la empresa

Activos fijos	\$80.000.000
Registros	\$50.000
Constitución de la sociedad	\$300.000
Capacitación del personal	\$500.000

Fuente: elaboración propia

Durante el primer año de funcionamiento de la empresa los gastos administrativos serán de \$70.500.000.

Capacidad de producción (Oferta)

La máquina extrusora saca 35 kilos/horas por turno de 8 horas 280 kilos

La escogida, lavado, aglutinado, peletizado y picado saca 30 kilos/hora por turno de 8 horas 240 kilos/hora

Tabla 4 Capacidad de producción

	Capacidad hora	Turno 8 horas	Capacidad mensual	Capacidad anual
Extrusora y selladora	35 Kilos	280 Kilos	8400 Kilos	100800 Kilos
Escogida, lavado, aglutinado y peletizado	30 Kilos	240 Kilos	7200 Kilos	86400 Kilos

Fuente: elaboración propia

Maquinaria

Todos los servicios y tecnología seleccionada influyen directamente sobre la cuantía de las inversiones, costos e ingresos del negocio. La cantidad y calidad de los equipos, herramientas y otras inversiones se caracterizan normalmente por el proceso que se lleva a cabo.

Tabla 5 Maquinaria

Maquina peletizadora y aglutinadora	\$16.000.000
Maquina extrusora	\$40.000.000
Maquina selladora	\$20.000.000
Bascula	\$1.000.000
Total	\$77.000.000

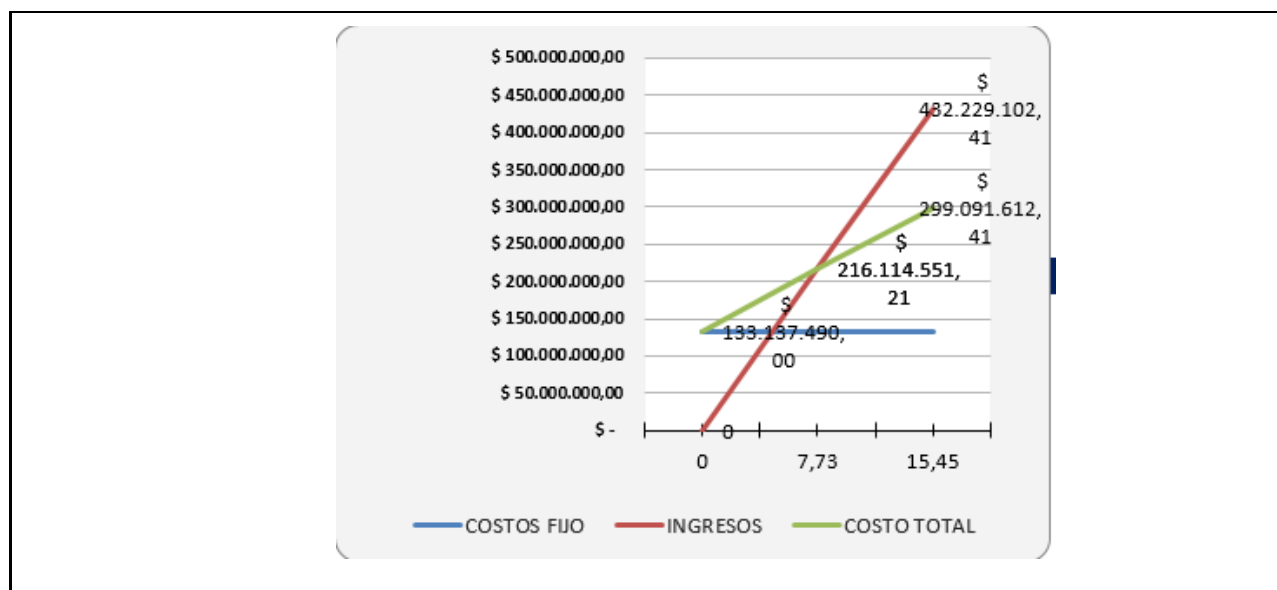
Fuente: José Gerardo Chamorro, “Estudio de factibilidad para conformar una empresa. A partir del reciclaje de polietileno de alta y baja densidad “, CENTRO COLOMBIANO DE ESTUDIOS PROFESIONALES, FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL, 2004.

Respecto al cronograma de trabajo, se presenta un cronograma flexible donde se trabaja de acuerdo a las necesidades del cliente, trabajando de Lunes a Sábado pero sin trabajar los días Domingos ni festivos, lo que podría presentar un alza en la paga de los trabajadores, y un aumento de la tasa en el metro cuadrado por el proyecto que necesite el cliente. La cultura de los 3 países seleccionados permite trabajar de esta manera de una manera aceptable y cómoda.

Tabla 6 Presupuesto de Inversión

<i>Flujo de efectivo</i>	<i>Valor en Pesos</i>
<i>INGRESOS POR CAPITAL</i>	
<i>Aportes Socios (recursos propios)</i>	25.000.000
<i>Préstamos (recursos a solicitar en el sistema financiero)</i>	9.792.673
<i>INGRESOS POR OPERACIONES</i>	
Ventas	\$ 3.072.000.000

TOTAL INGRESOS	\$ 3.072.000.000
GASTOS OPERATIVOS	
<i>Materias primas (Insumos)</i>	3.242.579
<i>Maquinaria, equipos</i>	3.969.562
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
<i>Nómina y prestaciones</i>	\$ 21.727.268
<i>Gastos transporte y seguros</i>	200.000
<i>Gastos de promoción y publicidad</i>	\$2.000.000
<i>Servicios públicos (energía, teléfono, agua y alcantarillado, gas, otros)</i>	400.000
<i>Impuestos</i>	2.000.000
<i>Cuotas préstamo</i>	2.716.583
TOTAL EGRESOS	\$33.855.992
ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	
Se puede concluir que hay rentabilidad debido a la que la tasa interna de retorno está por encima de la tasa mínima de rentabilidad esperada, con un 2931.49%	



Fuente: elaboración propia

ESTUDIO LEGAL

En ejercicio de las facultades que les confieren los artículos 140, incisos 3), 8), 18), y 20), y 146 de la Constitución Política, los artículos 25, 27.1, 28.2.b, de la Ley N° 6227 del 2 de mayo de 1978, Ley General de Administración Pública, la Ley N° 7064 del 29 de abril de 1987, Ley de Fomento a la Producción Agropecuaria, que incorpora la Ley Orgánica del Ministerio de Agricultura y Ganadería y la Ley N° 6289 de 4 de diciembre de 1978.

Decreto N° 36844-MAG-MEIC-COMEX, pone en vigencia Resolución N° 265-2011(COMIECOLX), RTCA 65.05.34:06 Registro de Variedades Comerciales. Requisitos de inscripción, publicado en Gaceta N° 228, del lunes 28 de noviembre del 2011.

Cumplir las normas establecidas en la Ley de Semillas N° 6289 y su Reglamento, así como en los Reglamentos Técnicos Centroamericanos (Decretos N° 36588-COMEX-MEIC-MAG y 36844-MAG-MEIC-COMEX).

Exportar según el artículo 3 del Decreto 390 de 2016, la exportación es sencillamente la salida de mercancías del territorio aduanero nacional cumpliendo con las formalidades aduaneras, incluida la salida a un depósito franco (zona internacional demarcada dentro de las instalaciones de los aeropuertos y de los puertos con operación internacional) y zonas francas (art. 104 Decreto 2147 del 2016)

Es recomendable que se constituya como empresa (si no se ha hecho) para legitimar la

actividad de exportador de bienes colombiano. Puede acercarse a la Cámara de Comercio más cercana y a través de los servicios empresariales, le ofrecerán asesoría apoyo para crear, formalizar y consolidar la empresa. En Colombia cualquier empresa o persona natural que pretenda realizar exportaciones debe tener el Registro Único Tributario (RUT) que lo habilite ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Para continuar es indispensable tener definido el producto a exportar, si es necesario su categorización internacional en mercancías encontrándolo dentro de la clasificación arancelaria. La clasificación arancelaria es un sistema de categorización de mercancías (Sistema Armonizado) cuyos primeros seis números dígitos se denominan subpartida arancelaria e identifica un producto de cualquier país. Además, cada país en su arancel de aduanas agrega otros dígitos en general cuatro, así completando 10 dígitos. Procedimientos de visto bueno: Consultarle a la DIAN si su producto requiere permisos previos para la autorización de la exportación. Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN.

El Decreto No, 4149 de diciembre 10 de 2004, creó la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE, con el objeto de permitir a los usuarios exportadores e importadores el trámite electrónico de autorizaciones, permisos, certificaciones o vistos buenos previos, que exigen diferentes entidades competentes para la realización de las operaciones específicas de importación y exportación.

El Certificado de Origen es una solicitud que permite obtener la prueba documental de origen mediante la cual se acredita que los productos fueron elaborados en Colombia. Este documento se obtiene con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias establecidas en los diferentes Acuerdos Comerciales suscritos por Colombia. Debe reintegrar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, como son: bancos comerciales y otras entidades financieras.

Ley 48 de 1983 Ley marco. Criterios generales que orientan las regulaciones sobre el comercio exterior (el artículo 27 de la ley 7 de 1991 la deroga “en lo pertinente”). Por la cual se expiden normas generales a las cuales deben sujetarse el gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano. Ley 170 de 1994 por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece a Organización Mundial de Comercio (OMC).

Decreto 210 de 2003: Capítulo IV, artículos 33 y 34 Determina los objetivos y la estructura orgánica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En sus artículos 33 y 34 se define la naturaleza de PROCOLOMBIA y la composición de la Junta Asesora.

Decreto 2788 de 2004: Por medio de este decreto se desarrollan parcialmente las leyes 7 y 9 de 1991 con el fin de determinar que la actividad de promoción de las exportaciones comprende el fomento y la facilitación de la inversión extranjera en Colombia. (Procolombia, s.f.)

LEY 7 DE 1991 (enero 16): Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones. (Cancillería, s.f.)

Ley General de Administración Pública, la Ley N° 7064 del 29 de abril de 1987. Ley de Fomento a la Producción Agropecuaria FODEA y Orgánica del MAG LEY DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA (NOTA: La Ley Orgánica del Ministerio de Agricultura y Ganadería está contenida en el Título Tercero -artículos 48 a 67- de la presente ley.)

Decreto N° 36844-MAG-MEIC-COMEX, pone en vigencia Resolución N° 265-2011(COMIECOLX), El presente Decreto publica la Resolución COMIECO que aprueba el Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 65.05.34:06, que establece los requisitos para el registro e inscripción de variedades comerciales, de modo que se faculte la comercialización de su semilla, sin otorgar ninguna exclusividad en la explotación de la misma al registrante. (ECOLEX, 2011)

ESTUDIO FINANCIERO

En Murs Verts manejamos estos estudios financieros: El Sistema de Amortización Cuota Fija, y una tabla con el Flujo de Caja y algunos Gastos e Inversiones:

Tabla 7 Amortización

Sistema de Amortización Cuota fija							
Pago anual	\$11.111.894,50						
Datos de Entrada							
Monto crédito	9.792.673					Intereses Totales	\$ 1.265.107
Plazo (Meses)	12						
Tasa de interés (m.v.)	2%						
Cuota Fija	\$ 925.991,21						
Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Acumulado Anual	Abono a Capital	Acumulado Anual	Cuota a Pagar	Saldo Final
1	\$ 9.792.673	\$ 195.853,46		\$ 730.138		\$ 925.991,21	\$ 9.062.535
2	\$ 9.062.535	\$ 181.250,71		\$ 744.741		\$ 925.991,21	\$ 8.317.795
3	\$ 8.317.795	\$ 166.355,89		\$ 759.635		\$ 925.991,21	\$ 7.558.159
4	\$ 7.558.159	\$ 151.163,19		\$ 774.828		\$ 925.991,21	\$ 6.783.331
5	\$ 6.783.331	\$ 135.666,63		\$ 790.325		\$ 925.991,21	\$ 5.993.007
6	\$ 5.993.007	\$ 119.860,14		\$ 806.131		\$ 925.991,21	\$ 5.186.876
7	\$ 5.186.876	\$ 103.737,52		\$ 822.254		\$ 925.991,21	\$ 4.364.622
8	\$ 4.364.622	\$ 87.292,44		\$ 838.699		\$ 925.991,21	\$ 3.525.923
9	\$ 3.525.923	\$ 70.518,47		\$ 855.473		\$ 925.991,21	\$ 2.670.451
10	\$ 2.670.451	\$ 53.409,01		\$ 872.582		\$ 925.991,21	\$ 1.797.868
11	\$ 1.797.868	\$ 35.957,37		\$ 890.034		\$ 925.991,21	\$ 907.835
12	\$ 907.835	\$ 18.156,69		\$ 907.835		\$ 925.991,21	\$ 0

Fuente: elaboración propia

Se puede notar como se va pagando un crédito de \$11.111.864,50 con tasa de interés del 2%, con cuota fija de \$925.991 cada mes. El interés bajo y el plazo a pagar el crédito permite pagarlo de forma rápida, y la empresa de a poco, puede trabajar ese dinero para aportarlo a sus

diferentes costos, gastos y otros.

Tabla 8 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA			
Años	2019	2020	2021
Meses	12	12	
Inversiones	34.792.673,00	153.044.405,28	
FUENTES DE INGRESOS			
Ingresos	3.072.000.000,00	2.973.696.000,00	
Crédito Bancario	-11.111.894,50	-11.545.258,39	
Total Ingresos	3.060.888.105,50	2.962.150.741,61	
Total Fuente de Ingresos	3.060.888.105,50	3.115.195.146,89	
GASTOS			
Inversión	34.792.673,00	132.920.759,88	
Costos	347.638.164,00	351.462.183,80	
Gastos y otros	54.834.744,00	55.437.926,18	
Total Egresos Operativos	437.265.581,00	153.044.405,28	
Saldo Final de Caja	3.060.888.105,50	2.962.150.741,61	

Fuente: elaboración propia

Tabla 9 Datos

Costos	Impuestos	2.000.000
	Materia prima	3.242.579
	Mano de obra	21.727.268
	Publicidad	2.000.000
Gastos y otros	Maquinaria y equipos	3.969.562
	Transporte	200.000
	Servicios	400.000
Inversión	Recursos propios	25000000
	Prestamos	9.792.673

Fuente: elaboración propia

Tabla 10 TIR

Coste inicial	-34792673
Ingreso 1	2.658.415.197,50
Ingreso 2	2.555.250.631,63
TIR	76,36%

Fuente: elaboración propia

En el flujo de caja se puede observar un flujo entre los 2 años de servicio de la empresa, 2019 y 2020. Las inversiones salen de los Recursos Propios que se manejan en \$25.000.000 y Prestamos que se pidió al banco por un total de \$9.792.673 ya con los intereses pagados. En la fuente de ingresos se trabaja con el total de ganancias que se dejó, y la deuda que hay que pagar del Crédito Bancario. A esto se le quita los Costos y Gastos que tiene que cubrir la empresa y dejar un bajo egreso. Para el año 2020 se trabaja con el Saldo Final de Caja que se terminó en 2019.

La Tasa Interna de Retorno es del 76,36% lo que indica que el proyecto esta dejando muy buenas ganancias, es rentable el proyecto, y que las inversiones que se han hecho, han salido a la perfección. Lo que indica un buen margen de ganancias para iniciar nuevos proyectos para mejorar el servicio en el país y con el objetivo de internacionalizar la empresa a alguno de los países seleccionados.

CONCLUSIONES

El presente documento muestra una detallada investigación de cómo la empresa creada (Murs Verts) la cual tiene como objetivo prestar servicio de decoración de interiores con materiales reciclables, debe seguir unos pasos informativos para que esta incursione y evolucione en el mercado internacional y empezar su proceso de transformación de una empresa nacional a una transicional. Las empresas poseen una gran oportunidad de expansión de mercado implementado el comercio en exteriores, muchas empresas de servicios acuden a la internacionalización pues obtienen resultados rápidos y encuentran mercados emergentes. Sin embargo, el proceso de expansión de las compañías transicionales no sigue al pie de la letra los lineamientos marcados mostrando así que muchas empresas obvian los requerimientos básicos.

Las nuevas tendencias en compañías permiten que se avance en el desarrollo estructural de las naciones y que las ganancias no se enlazan con un compromiso moral con el país de residencia, sino que abre una dinámica de crecimiento que beneficia a las dos partes. Además del entorno globalizado donde cualquier persona del mundo puede mirar en Internet los proyectos que ha hecho Murs Verts mediante las redes sociales o pagina web de la empresa.

Además, con la inversión financiera que se ha hecho se puede concluir que hay buen dinero para comenzar el proyecto de Internacionalización en Perú o México, resaltando Perú por su buen potencial que tiene en cuanto a la Arquitectura y Diseño de Interiores. Su cultura que permite obtener buenos resultados para no dañar el ambiente con productos reciclados o amigables con el mundo, su horario de trabajo parecido con el de Colombia, su cercanía geográfica, y su ahorro en cuanto a desplazamiento. El punto débil de este país es que las personas no acostumbran a gastar mucho dinero en los diseños de interiores, y el cambio de moneda a Soles Peruanos podría indicar perdidas. Un punto a destacar sería adaptarse a la cultura peruana, y aprender de sus diseños culturales para implementarlos en los proyectos reciclables, además de diversificar la gama de servicios con buenas presentaciones de los proyectos exitosos que se han hecho en Colombia para generar confianza en las personas del otro país. También se puede aprovechar que el producto al ser un servicio tiene la facilidad de ofrecerse a bastantes públicos y si el producto no sale como esperar en los clientes potenciales puede adaptarse a otros para no perder recursos iniciados en una inversión como expandir el producto fuera del país.

Ahora bien, viendo que el plan de negocios es rentable, las leyes permiten trabajar y exportar

el producto cómodamente esto indicaría un futuro positivo para crear proyectos locales e impulsar la empresa por medio de ferias empresariales especializadas en este sector, posicionar la empresa por medios digitales y aumentar el número de integrantes de la empresa para abarcar más proyectos. El servicio es difícil de posicionar como algo característico en estos días, pero si se crea la necesidad y se resalta la buena calidad de los proyectos, se puede lograr una buena reputación entre los clientes locales y los futuros de otros países.

Recomendaciones

Como recomendaciones para mejorar Murs Verts pretende idear nuevas formas de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes y extender la empresa a nivel regional nacional e internacional y la ampliación de su línea de productos. En el país seleccionado Perú, podría implementarse una campaña resaltando proyectos que se pueden lograr con productos reciclables logrando un diseño inspirado en el Imperio Inca, su virreinato y su uso de sistema de construcción como el Quincha que es característico en ese país (Wikipedia, s.f.)

El problema es que, si bien las empresas pueden cuentan con procesos de talento (97% de los encuestados dijeron que tienen procedimientos formales para identificar y desarrollar sus líderes de próxima generación), esas prácticas pueden han perdido la sincronización con lo que la empresa necesita para crecer o expandirse a nuevos mercados. Para ahorrar dinero, por ejemplo, algunas empresas han eliminado la posición del país gerente en naciones más pequeñas. (Conger, 2007)

La empresa busca apoyo económico para asegurar su éxito e idear formas de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes y llegar a otras partes del departamento y país asegurando a los contratos de confiabilidad entre el personal de la empresa para patentar los diseños, otra de las ideas es ampliar el menú de productos y servicios para mejor atención y brindar un gran servicio a los clientes. Además de tener una pagina web actualizada con todos los portafolios y mostrando imágenes y datos de contacto para que sean consultadas en cualquier momento. También se puede incluir el uso de redes sociales para atraer al publico de ese sector para dar más publicidad a la empresa.

ANEXOS

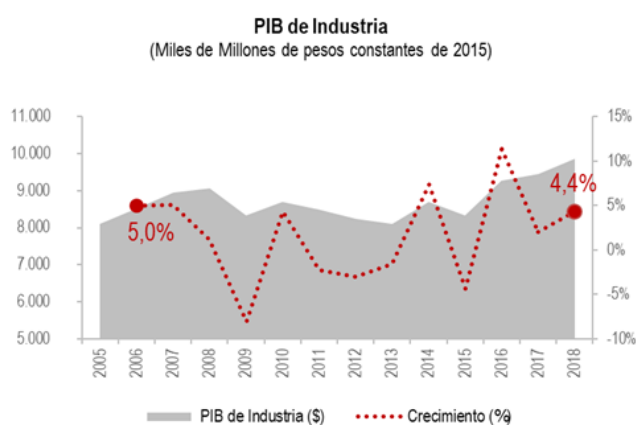
Anexo 1. PIB Santander

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE SANTANDER

ACTIVIDADES	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variación % 2017-2018
<1> Servicios	9.706	10.433	10.928	11.539	11.831	12.376	12.973	13.239	13.873	14.683	15.229	15.608	16.054	16.528	3,0
<2> Industria	8.112	8.518	8.953	9.060	8.328	8.688	8.490	8.237	8.110	8.708	8.327	9.276	9.462	9.874	4,4
<3> Comercio, Transporte, Hoteles y restaurantes	4.257	4.574	4.893	5.063	5.025	5.249	5.588	5.790	6.075	6.464	6.621	6.807	7.004	7.320	4,5
<4> Construcción	2.012	2.212	2.658	3.014	3.377	4.014	4.625	5.311	6.031	7.056	6.246	6.027	5.574	5.061	-9,2
<5> Agropecuario	3.022	2.963	2.863	3.148	2.937	3.129	3.213	3.212	3.319	3.476	3.793	3.928	4.113	4.186	1,8
<6> Minas	682	725	903	1.271	1.615	1.674	1.883	1.951	2.070	2.364	2.367	2.145	2.164	2.355	8,8
Subtotal Valor Agregado	27.721	29.385	31.292	33.133	33.133	35.242	36.815	37.690	39.300	42.798	42.583	43.792	44.395	45.352	2,2
Derechos e impuestos	5.807	6.392	7.070	7.337	7.049	7.515	7.839	8.129	8.342	9.331	9.416	9.384	9.574	9.807	2,4
PIB TOTAL DEPARTAMENTAL	33.528	35.774	38.353	40.471	40.212	42.786	44.685	45.841	47.680	52.135	51.999	53.175	53.970	55.155	2,2

Fuente: Dane - Valor agregado según actividad económica.

Cifras en miles de millones de pesos a precios constantes de 2015 - Cifras preliminares



Fuente: Cámara directa. Recuperado de:

<https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/pibxactividad.htm>

BIBLIOGRAFIA

- Andina. (26 de Octubre de 2010). Crece demanda por carreras Topografía y Diseño de Interiores, según Sencico. *andina*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-crece-demanda-carreras-topografia-y-diseno-interiores-segun-sencico-324670.aspx>
- Arquitectura y Diseño de interiores. (19 de Mayo de 2019). *Todo sobre esta carrera*. Obtenido de Arquitectura y Diseño de interiores: Todo sobre esta carrera (2019, 19 de Mayo)
- Barrera, E. M. (2010). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2015/BuenoBarrera-Juan-2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cancilleria. (s.f.). *cancilleria.gov.co*. Obtenido de https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_0007_1991.htm
- ECOLEX. (2011). *Ecolex costa rica*. Obtenido de <https://www.ecolex.org/details/legislation/decreto-no-36844-comex-meic-mag-publica-la-resolucion-no-265-2011-comieco-lx-reglamento-tecnico-centroamericano-rtca-65053406-requisitos-para-el-registro-de-variedades-comerciales-lex-faoc107730/>
- Eusse, L. G. (2016). *ESUMER*. Obtenido de <http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/1650>
- Flórez, C. M. (2010). *Universidad Pontificia Bolivariana* . Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/938/digital_19633.pdf?sequence=1
- habitissimo . (s.f.). *habitissimo.com*. Obtenido de <https://www.habitissimo.com.pe/cotizacion/realizar-diseno-de-interiores/lima-metropolitana>
- Iglesias, A. E. (2013). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11284/SuarezIglesiasAuraEmilia2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mojica, L. M. (2018). *Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas*. Obtenido de

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/13899/1/RojasMojicaJenniferXiomara2018.pdf>

Naranjo, L. (2019). El interiorismo tiene el compromiso de generar una experiencia al usuario. *universia*.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. En M. E. Porter. New York: The Free Press.

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/normatividad-de-procolombia>

Rodríguez, A. K. (2011). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2736/OchoaRodriguez-LauraNatalia-2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sandra Patricia Alfonso Romero, M. F. (Agosto de 2010). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/86441026.pdf>

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%BA#Arquitectura>