

Una aproximación sistémica de un modelo de generación interna de valor: desde la estructura de la empresa, el mercado inmobiliario y los activos financieros

Propuesta de investigación

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Nicolás Ariza Forero
Administración de Empresas
nariza8@unab.edu.co

Gerly Carolina Ariza Zabala
Profesor tutor
gariza@unab.edu.co

RESUMEN

En éste documento se propone la investigación de un modelo de negocio que logra crear valor a partir de la inversión en bienes inmobiliarios y activos financieros, enmarcados dentro de una estructura organizacional por líneas de negocio.

ABSTRACT

This document is proposing an investigation of a business model which creates value in terms of real estate investments and financial assets, inside an organizational structure by strategic business units.

Área de Conocimiento

Administración de Empresas, Finanzas corporativas

Palabras Clave

Pensamiento Sistémico, Valor, inversión, estructura organizacional, mercado inmobiliario.

INTRODUCCIÓN

Desde los orígenes de la administración, los individuos no han escatimado esfuerzos por optimizar sus beneficios a partir del buen manejo de los recursos disponibles. Los tiempos indudablemente han cambiado, estableciendo nuevas condiciones en el ambiente organizacional y obligando a los gerentes a buscar distintas alternativas que generen valor para las empresas.

Durante los últimos años, las tendencias en marketing han priorizado al consumidor final como fuente única de generación de riqueza económica para los empresarios, paradigma que puede ser reemplazado por una visión distinta, basada en la creación de valor a través de la estructura y los procesos internos que se puedan adelantar dentro de una organización.

Es por esto que se plantea una aproximación al concepto de generación interna de valor a partir de organizaciones estructuradas óptimamente, enmarcadas dentro del sector inmobiliario y que utilizan diversos instrumentos financieros como fuente alternativa de rentabilidad.

Este material es presentado al VI Encuentro Institucional de Semilleros de Investigación UNAB, una actividad carácter formativo. La Universidad Autónoma de Bucaramanga se reserva los derechos de divulgación con fines académicos, respetando en todo caso los derechos morales de los autores y bajo discrecionalidad del grupo de investigación que respalda cada trabajo para definir los derechos de autor. Conserve esta información

Estructura del Artículo: La sección 1 está encargada de presentar a grandes rasgos el concepto de valor en las organizaciones y cómo se crea a través de distintos métodos. La sección 2 habla de cómo la estructura corporativa interna puede contribuir en la generación de valor en de las empresas. La sección 3 muestra dos opciones de inversión que favorecen la creación de valor para el empresario y en la sección 4 se propone un modelo de negocio para la generación interna de valor, que abarque las características previamente mencionadas y que logre maximizar la riqueza del inversionista.

CONTENIDO DEL ARTÍCULO

Objetivo General: Proponer un modelo de negocio que logre crear valor internamente, a partir de la inversión en bienes inmobiliarios y activos financieros enmarcados en de una estructura organizacional por líneas de negocio.

El valor en las organizaciones

Conceptualización básica

Aunque el concepto de valor tiende a cambiar según el observador, gran mayoría de la información relacionada con tal concepto está estrictamente ligada a la contabilidad y las finanzas corporativas; en otras palabras, el concepto se relaciona con la riqueza económica.

Según el consultorio contable de la Universidad EAFIT, “La generación de valor es un proceso administrativo que requiere conectar la fijación de objetivos corporativos con el empleo de recursos, con la estrategia de desarrollo, con la medición del desempeño y su remuneración. Aumentar el valor de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de los propietarios, es un objetivo que puede cumplirse mediante la máxima utilidad con la mínima inversión de los accionistas y el lograr el mínimo costo de capital.” [1]

De esta manera, se entiende por generación de valor una completa cadena de eslabones estratégicamente organizados, que interconectados entre sí, logran aumentar el valor de la empresa y consecuentemente la riqueza económica de sus dueños.

Este concepto es cada vez más relevante en el mundo contemporáneo. “Actualmente, el fin fundamental de la mayoría de entidades se centra en la creación de valor, siendo la base de todas sus decisiones.” [2]

¿Cómo se crea valor?

Desde la conformación misma del negocio, el empresario posee como objetivo final generar riqueza a partir de su inversión inicial. El valor creado es uno de los ejes fundamentales de cualquier organización. Así pues, se otorga una relevancia significativa al crecimiento y sostenibilidad de la empresa, buscando alternativas que maximicen el valor creado a través del tiempo.

En un ambiente coyuntural tan volátil como el nuestro, es fundamental ejecutar acciones que incrementen el valor de la empresa. Tales estrategias demandan una constante renovación de conocimientos y aptitudes, innovación, búsqueda de ventajas en el medio y largo plazo y no sólo ganancias a corto; estas condiciones, unidas a la incorporación a la empresa de los medios necesarios, pueden facilitar la toma de decisiones que se traduzcan en valor para la compañía y sus accionistas.[3]

En este artículo nos centramos en el valor para la empresa; sin embargo se debe tener en cuenta la creación de valor para el accionista, ya que buscamos aproximarnos a un modelo de negocio que en últimas beneficie a los inversionistas. De acuerdo con Nohemí Boal Velasco, investigadora española experta en finanzas corporativas, es importante aclarar la diferencia entre valor creado para la empresa y valor creado para el accionista:

-Valor creado para la empresa: Se identifica con generar utilidades, obtenidas a través del aumento en los ingresos tanto operacionales como no operacionales, y la optimización de costos y gastos, superando las expectativas estratégicas alguna vez trazadas y ganando competitividad ante las demás empresas.

-Valor creado para el accionista: Es la parte residual de la operación que proviene de las utilidades, aquella riqueza que le corresponde al dueño (o los dueños), luego de haber respondido a los demás agentes involucrados (proveedores, acreedores, estado, etc.).

Existen varias formas de cuantificar la creación de valor en una empresa. Gran parte de ellas se basa en proyecciones financieras que tienen en cuenta factores económicos y del mercado. Algunos métodos de valoración son: Valor presente de flujos futuros estimados, múltiplos de mercado de casos comparables y valor ajustado de los activos. [4]

La cuantificación del valor es indispensable para proyectos de fusión, adquisición y liquidación en organizaciones.

Existe una alternativa adicional para generar valor, poco mencionada por los estudiosos de las finanzas corporativas. Se trata de la reinversión en activos capitalizando las utilidades. Probablemente es una figura común en las organizaciones actuales, pero no se aplica lo suficiente como para incrementar el valor de la empresa a niveles superiores.

Capitalizar utilidades: La maximización de la riqueza

Se presume que gran parte de las utilidades netas de una empresa se distribuye entre sus dueños o accionistas; no obstante, la reinversión masiva de utilidades es una medida que, aunque poco común, puede representar beneficios que impactarían positivamente el desempeño financiero de las organizaciones.

“La capitalización de las utilidades no es otra cosa que trasladar las utilidades de la cuenta utilidades del ejercicio o la cuenta de utilidades retenidas a la cuenta de capital social.”[5]

De esta manera se reduce el costo de la deuda al bloquearse la generación de intereses para los accionistas, fortaleciendo el patrimonio a través de la incorporación de nuevos recursos a la empresa y finalmente creando riqueza internamente.

Existen métodos alternativos para la revalorización del patrimonio como la emisión de acciones y bonos, así como también la capitalización a través de vehículos intermedios; sin embargo, la no repartición de utilidades o capitalización, resulta uno de los mecanismos más efectivo en la generación interna de valor.

Estructura corporativa interna y generación de valor

2.1 La arquitectura organizacional puede crear riqueza

Las empresas contemporáneas hacen esfuerzos por mantener estructuras organizacionales dinámicas, sólidas y consecuentes con los objetivos corporativos. Existen diversos modelos que varían según el enfoque de la empresa, sus prioridades, e incluso su objeto social.

La generación de valor es un concepto estrictamente ligado a la manera como se organizan las empresas; una delimitación precisa de la estructura, se puede traducir en la creación de riqueza económica de manera más efectiva.

Pero no basta con diseñar idóneamente la estructura; es necesaria una comprensión holista de la misma, que permita decisiones estratégicas más oportunas y congruentes con los objetivos de la organización.

De esta manera, se puede hacer alusión al concepto de pensamiento sistémico, el cual contempla una visión general de las cosas, para así comprender las partes y sus conexiones. En otras palabras, podría considerarse como la implementación del método deductivo dentro de la comprensión de los sistemas y sus componentes, todo esto aplicado a determinado modelo organizacional.[6]

La gerencia debe estar en capacidad de pensar sistémicamente, de modo que entienda el negocio como un todo, y pueda dar solución a los retos internos y externos que afectan las distintas áreas de la empresa.

Sobre las estructuras organizacionales

Sin duda alguna, la arquitectura de una empresa delimita el normal funcionamiento de los procesos que se adelantan dentro de determinada organización. Si bien conocemos que la estructura funcional²⁹ es la más común entre las empresas contemporáneas, es necesario entender que cada modelo organizacional es distinto, varía de acuerdo a las estrategias de la empresa y debe adaptarse a un mundo cada vez más estocástico. (D. Pérez 2007). Son varios los tipos de arquitectura organizacional, los cuales se adaptan de acuerdo a las estrategias

²⁹ Estructura funcional: Reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones. Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea. (D. Pérez 2007)

corporativas trazadas y varían dependiendo de su clasificación: Formas simples, formas complejas clásicas y formas complejas contemporáneas). [7], [8]

Así pues, existe un amplio espectro de modelos estructurales para las empresas de hoy, tales como estructuras funcionales, matriciales y el modelo organizacional por líneas de negocios.

Ventajas de una estructura organizacional por líneas de negocio

Las nuevas tendencias para la dirección de empresas, consideran a la descentralización como una de las características más importantes que debe tener la estructura empresarial. Uno de los modelos que aplica esta perspectiva dentro una organización se basa en las líneas de negocio, el cual es una de las alternativas más comunes hoy en día, debido a su gran cantidad de beneficios. A saber, algunas de las ventajas de este tipo de arquitectura organizacional son:

- Preocupación individual directa por los retornos de inversión
- Especialización y profundización en productos y servicios determinados
- Enfoque en el sector, mercado y cliente propios de cada una de las líneas.

Así pues, una estructura organizacional basada en líneas de negocio, contribuye al aumento de los niveles de retorno en inversión, especializa a sus integrantes en unos pocos productos o servicios, y logra definir perfectamente los clientes, enmarcados dentro de un mercado y sector determinado

¿Dónde invertir para crear valor?

El mercado inmobiliario y la generación de valor

El comportamiento de los diversos sectores económicos, es constantemente observado por un sinnúmero de analistas que buscan evaluar la conveniencia o riesgo, de apostarle a determinado sector, los cuales presentan características tan disímiles que permiten una comparación notable para los inversionistas. Son varios los factores que impactan el desempeño de cada uno de estos sectores, por lo que surgen ciclos económicos que pueden predecir el futuro de las organizaciones involucradas.

Uno de los sectores más estables de la economía es el inmobiliario; la tierra es quizás uno de los pocos activos que con el paso de los años suele valorizarse; los bienes inmuebles resultan ser una inversión atractiva para empresas y familias.

Pese a que en los últimos años el sector inmobiliario ha sufrido fuertes crisis en distintos países, es considerado uno de los mercados más sólidos y rentables de la economía de bajos niveles de incertidumbre. Sin duda alguna la estabilidad de los activos fijos genera confianza y riqueza para los inversionistas. Es así que en la *“inversión inmobiliaria se reciben utilidades por dos rubros: la valorización de los inmuebles y los ingresos de las rentas anuales, que suelen permitir que haya un riesgo bajo asociado a la inversión.”*[9]

El mercado inmobiliario depende en gran manera del comportamiento de la macroeconomía y la economía internacional; si bien se basa en activos fijos de larga duración, los bienes se ve impactada por la especulación, las condiciones

financieras locales e internacionales, los precios de la tierra y los indicadores de los diversos costos para la construcción. En otras palabras, se puede analizar que en la finca raíz, el ambiente y las condiciones externas desempeñan un papel crucial, a pesar del bajo riesgo asociado que normalmente presentan este tipo de negocios.

A pesar de requerirse grandes cantidades de capital y músculo financiero para que el negocio surja y cumpla con las expectativas de sus inversionistas, los bienes inmuebles son una herramienta adecuada si de obtención de riqueza se trata.

Diversificación en portafolios de inversión con activos financieros

Es claro que los inversionistas buscan generar riqueza a través de sus decisiones. Así mismo, conocen del riesgo que cada inversión posee y debido a esto buscan atomizarlo³⁰ mediante la intervención en otros mercados.

Debido a los elevados niveles de capital necesario y poca liquidez que presentan las inversiones en bienes inmuebles, se hace necesario dentro de un modelo organizacional, encontrar alternativas paralelas de inversión que diversifiquen el portafolio del empresario y compensen las pocas desventajas de invertir en el sector inmobiliario.

Uno de los mercados en auge es el de activos financieros, el cual presenta una muy amplia gama de opciones que se adaptan a las necesidades empresariales y pueden generar importantes beneficios económicos para el inversionista.

Propuesta: Modelo de negocio para la generación interna de valor

Con todo lo anterior en mente, se concluye que la generación de valor no necesariamente depende del posicionamiento en el mercado, la innovación en productos/servicios o los niveles de ingresos; se busca plantear una alternativa que logre crear valor a través de la estructura misma de la empresa y la reinversión de utilidades obtenidas en le mercado inmobiliario e impulsadas por los rendimientos que generan los activos financieros.

Se propone el modelo organizacional de generación interna de valor que constituye una estructura con dos líneas de negocios:

Línea inmobiliaria: Compra y venta de propiedad finca raíz, apartamentos, casas, locales, bodegas y terrenos. Arrendamiento de inmuebles, remodelación y negociación de propiedades.

Línea de inversiones financieras: Compra y venta de activos financieros tales como acciones, bonos, papeles comerciales y demás títulos valores que generen determinado rendimiento.

Los ingresos operacionales percibidos a través de estas dos actividades, estarán sometidos al normal proceso contable de satisfacción de intereses de terceros (Proveedores, acreedores y gobierno). Posteriormente se obtendrán las utilidades netas.

Dichos excedentes serán capitalizados como mínimo en un aproximado 80%³¹ obteniendo los recursos suficientes para reinvertir principalmente en bienes inmuebles y activos

³⁰ Atomización del riesgo: Invertir en distintos tipos de activos y sectores de la economía, con el fin de minimizar el riesgo general de un portafolio de inversiones.

³¹ Porcentaje de reinversión estimado

financieros, generando así una especie de círculo virtuoso creador de valor.

De esta manera, se espera una curva exponencial tanto de los ingresos operacionales como del beneficio para el accionista, incrementándose simultáneamente el valor de la empresa.

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Nombre del Semillero	Semillero de Investigación en Pensamiento Sistémico SIPENS
Tutor del Proyecto	Gerly Carolina Ariza Zabala
Grupo de Investigación	Grupo de Investigación en Pensamiento Sistémico
Línea de Investigación	Emprendimiento, Innovación y Juegos de simulación para las Organizaciones
Fecha de Presentación	Septiembre 17 de 2014

REFERENCIAS

Restrepo, R., Barrera, V. K., and Hernández M., 2014. Consultorio Contable EAFIT. Disponible en <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/contabilidad-finanzas/boletin7.pdf>

Nohemí Boal Velasco – Diccionario económico / Expansión.com

Bohal, N. 2014. *Creación de valor*. Diccionario económico – Expansión.com. <http://www.expansion.com/diccionario-economico/creacion-de-valor.html>

Chapman, F. ¿Cómo se calcula el valor de una empresa? Revista exclusiva – Banco General. Recuperado el 12 de Septiembre de 2014 en https://www.bgeneral.com/Revista/articulos/2011/2011-12/valor_empresa.asp

Capitalización de utilidades. *En el portal gerencie.com edición Diciembre 2010. Consultada en* <http://www.gerencie.com/capitalizacion-de-utilidades.html>

Peter Senge. *The Fifth Discipline (La Quinta Disciplina)*. Ediciones Granica 1999.

Rivas, Luis A. and Rodriguez Lucia. Rediseño de la Arquitectura organizacional de la Banca especializada, caso estudio banca privada BANESCO. Tesis Especialización en Gerencia de Proyectos. Universidad Católica Andrés Bello. 2008.

Pérez, D., and Pérez, Y. 2007. En busca de una estructura adecuada para la organización – ACIMED. http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci101007.html

Círculo de Inversionistas. “Ventajas y desventajas del sector inmobiliario para la inversión”. Disponible en <http://www.circulodeinversionistas.com/sectores/inmobiliario/item/76-ventajas-y-desventajas-del-sector-inmobiliario-para-la-inversion>