

**GUÍA PARA FACILITAR LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL SECTOR DE LA
CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA**

**MARY JOHANNA LEÓN PERILLA
HUGO ERNESTO RODRÍGUEZ GAVIRIA
MICHAEL VÉLEZ MORALES**

**UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CONSTRUCCIONES
MEDELLÍN
2016**

**GUÍA PARA FACILITAR LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL SECTOR DE LA
CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA**

**Mary Johanna León Perilla
Hugo Ernesto Rodríguez Gaviria
Michael Vélez Morales**

**Trabajo de grado para optar al título de:
GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE ESPECIALISTA EN GERENCIA DE
CONSTRUCCIONES**

**Asesor Temático
Germán Casas Jiménez**

**Asesor Metodológico
Luis Fernando Atehortúa Correa**

**UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CONSTRUCCIONES
MEDELLÍN**

2016

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CONSTRUCCIONES

MEDELLÍN

2016

HOJA DE ACEPTACIÓN

Nota de aceptación

Firma del asesor temático

Firma del asesor metodológico

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CONSTRUCCIONES
MEDELLÍN
2016

AGRADECIMIENTOS

Gracias a nuestros tutores y asesores Germán Casas Jiménez y Luis Fernando Atehortua Correa por su paciencia, motivación, dedicación, criterio y aliento, han hecho fácil lo difícil, ha sido todo un privilegio contar con su guía y ayuda en este proceso de formación.

Gracias a nuestros amigos y familiares que han sido claves en nuestra vida profesional y personal, quienes nos impulsaron a creer en nosotros y trabajar por ver avances en nuestros sueños profesionales.

Gracias a Dios por permitirnos alcanzar un logro más y dejarnos ver la recompensa al esfuerzo de todo este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS
LISTA DE FIGURAS
GLOSARIO
RESUMEN
ABSTRACT

INTRODUCCIÓN	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3 ANTECEDENTES	21
1.4 IMPLICACIONES DE POLÍTICA	24
2. OBJETIVOS	28
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	28
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	28
3. HIPÓTESIS.....	29
4. JUSTIFICACIÓN	30
5. ALCANCES Y DELIMITACIONES.....	32
6. MARCO REFERENCIAL.....	33
6.1 MARCO CONTEXTUAL	33
6.2 MARCO CONCEPTUAL	36
6.3 MARCO TEÓRICO.....	42
6.3.1 Motivación y emprendimiento.....	42
6.3.2 Recursos – Capital	44
6.3.3 ABRAHAM MASLOW	47

6.3.4 Ciclo PHVA.....	48
6.3.5 Matriz DOFA.....	49
7. PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN	50
8. MARCO METODOLÓGICO.....	54
8.1 Tipo de investigación.....	54
8.2 Método.....	54
8.3 Actividades para el desarrollo de los objetivos.....	55
9. PASOS INICIALES A FORMULAR PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN.....	57
9.1 Ciclos para la generación de la idea.....	57
9.2 Creación de la empresa.....	59
10. CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS.....	60
10.1 Solidez económica.....	61
10.2 Personal calificado.....	61
10.3 Servicios y valor agregado.....	61
11. CONTEXTOS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS.....	62
11.1 CONTEXTO JURÍDICO.....	62
11.1.1 Marco Jurídico.....	63
11.1.2 Trámites a realizar para legalizar la constitución de la empresa.....	64
11.1.3 Pasos para constituir una empresa.....	64
11.2 TIPOS DE SOCIEDADES.....	65
11.2.1 Sociedad Colectiva.....	65
11.2.2 Sociedad en Comandita Simple.....	67
11.2.3 Sociedad en Comandita por Acciones.....	67
11.2.4 Capital Social.....	68
11.2.5 Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	69
11.2.6 Sociedad Anónima.....	70
11.2.7 Sociedad por Acciones Simplificada.....	72
11.2.8 Empresa Unipersonal de R. LTDA.....	75
11.2.9 Recomendaciones por las cuales es importante crear una empresa tipo S.A.S.....	76

12. PROCESOS BÁSICOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN LOS ASPECTOS SOCIALES, AMBIENTALES, FINANCIEROS, LEGALES Y TÉCNICOS.....	78
12.1 Elección del tipo de sociedad a constituir.....	78
12.2 Tipo De actividad a ejercer.....	79
12.3 Número de socios	79
12.4 Responsabilidad de los promotores	79
12.5 Necesidades económicas del proyecto	80
12.6 Aspectos fiscales.....	80
13. PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	81
13.1 PROCESO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA.....	81
13.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....	82
13.2.1 Misión de una empresa constructora.....	82
13.2.2 Visión de una empresa de construcción.....	83
13.3 VALORES DE LA EMPRESA.....	85
13.4 ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS PARA EL PROCESO DE CREACIÓN	86
14. SISTEMA DE VERIFICACIÓN DE LOS PROCESOS SOCIALES, AMBIENTALES, FINANCIEROS, LEGALES Y TÉCNICOS LIGADOS A LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA.	89
14.1 CONTEXTO ADMINISTRATIVO	89
14.1.1 Organigrama	90
14.1.2 Recursos humanos	92
14.1.3 El proceso administrativo	93
14.1.4 Fases del proceso administrativo	94
14.2 CONTEXTO COMERCIAL	98
14.2.1 Creación de imagen corporativa	98
14.2.2 Logotipo de una empresa constructora.....	99
14.2.3 Proceso para el registro de la marca	100
14.2.4 Estrategias y medios para publicitar la marca	101
14.2.5 Como se dan a conocer a los clientes	103
14.2.6 Análisis de la situación actual en la actividad de la construcción	104
14.2.7 Nichos de mercado en el sector de la construcción	105

14.2.8	Los clientes	106
14.2.9	Recomendaciones (alianzas estratégicas)	107
14.3	CONTEXTO FÍSICO ESPACIAL	108
14.3.1	Geo referencia: factores influyentes en la ubicación de la empresa	108
14.3.2	Recursos físicos para el desarrollo de la empresa de construcción	109
14.3.3	Recomendaciones (alianzas estratégicas)	111
14.4	CONTEXTO FINANCIERO	112
14.4.1	Análisis y clasificación de empresas	112
14.4.2	Utilidades y rentabilidad	112
14.4.3	Tipología de empresas	112
14.4.4	El ámbito geográfico de desarrollo de la actividad	114
14.4.5	El sector económico	114
14.4.6	El número de productos o servicios que constituyen su objeto	114
14.4.7	El nivel de delegación en la toma de decisiones	115
14.4.8	Consecución de recursos	115
14.4.9	Consideraciones del contexto financiero	117
14.5	CONTEXTO TÉCNICO	118
14.5.1	Recurso profesional	118
14.5.2	Recursos tecnológicos	118
14.5.3	Organización reglamentaria	118
14.5.4	Organización lineal	119
14.5.5	Ventajas y problemas que presenta una organización de obras	119
15.	CONCLUSIONES	121
16.	BIBLIOGRAFÍA	123

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Objetivos específicos.....	55
-------------------------------------	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1-1 Producto Interno Bruto Nacional 2002, 2013.....	22
Figura 1-2 Participación subsectores de la construcción 2013.....	23
Figura 1-3 Desplazamiento de la demanda de trabajo por la implementación de Proyectos de construcción de edificaciones.....	25
Figura 1-4 Proyección de vivienda 2014.....	26
Figura 1-5 Proyección de vivienda 2013- 2014.....	27
Figura 6-1 Proyecciones CAMACOL.....	35
Figura 6-2 Teoría del triángulo invertido.....	42
Figura 11-1 Marco Jurídico Colombiano.....	63
Figura 12-1 Tipos de sociedades que se pueden crear en Colombia	78
Figura 14-1 Organización por funciones.....	90
Figura 14-2 Organización por territorios.....	91
Figura 14-3 Organización por obras.....	91
Figura 14-4 Organización en empresas de pequeño tamaño.....	92
Figura 14-5 Logotipo de Constructora VDL.....	100

GLOSARIO

Planificación: Es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

Plan de negocio: Es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto

Empresa: Es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio

Vivienda: es el lugar cerrado y cubierto que se construye para que sea habitado por personas. Este tipo de edificación ofrece refugio a los seres humanos y les protege de las condiciones climáticas adversas, además de proporcionarles intimidad y espacio para guardar sus pertenencias y desarrollar sus actividades cotidianas.

Estrategia: Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Planeación Estratégica: La planeación estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones inter funcionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.

Evaluación: Es el proceso dinámico a través del cual, e indistintamente, una empresa, organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas o bien focalizarse en aquellos resultados positivos para hacerlos aún más rendidores.

Control: Se establece el conjunto de acciones que se llevarán a cabo para la comprobación de la correcta ejecución de las actividades del proyecto establecidas en la planificación del mismo.

Sociedad: La sociedad es la totalidad de individuos que guardan relaciones los unos con los otros. Así, las personas comparten una serie de rasgos culturales que permite alcanzar la cohesión del grupo, estableciéndose metas y perspectivas comunes. La disciplina que se aboca al estudio de las sociedades es la sociología, apoyándose en la historia, la antropología, la economía.

RESUMEN

TITULO: Guía para facilitar la creación de empresas en el sector de la construcción de vivienda.

AUTORES: Mary Johanna León Perilla

Hugo Ernesto Rodríguez Gaviria

Michael Vélez Morales

TITULO OTORGADO: Especialista en Gerencia de Construcciones.

ASESORES: Germán Casas Jiménez

Luis Fernando Atehortua Correa

PROGRAMA: Ingeniería Civil

CIUDAD: Medellín

AÑO: 2016

Este trabajo de grado está orientado a estructurar los principios y procedimientos adecuados para la creación y gerencia de una empresa del sector de la construcción.

Partiendo de un plan de negocios elaborado minuciosamente se pretende abarcar todas las posibles variables que confluyen en la creación de un negocio nuevo, pasando desde lo administrativo, financiero, comercial, legal, técnico y recursos humanos.

La importancia del trabajo radica en tener una formula sencilla para el lector o para la persona que vaya a ejecutar su idea, se encontrara herramientas suficientes para saber si es factible y rentable comenzar a estructurar su nuevo negocio en el sector de la construcción.

Para ejecutar la construcción de una edificación en el sector privado se necesita conocimientos de mercadeo, finanzas, comercialización, planeación urbana, diseño urbano y de arquitectura, todo tipo de ingenierías, derecho comercial y urbano, administrativos y manejo de riesgos entre otros.

Lo más importante es cumplir con que el proyecto sea rentable para los inversionistas. También cumplir con importantes aspectos como el mercado objetivo, el alcance del proyecto, las normas vigentes de ordenamiento territorial, las normas ambientales y las normas técnicas colombianas (NTC). Y cumplir con las expectativas de todos los interesados. Igualmente se debe estudiar si el proyecto es viable, no solo si se tiene el flujo de caja suficiente para ejecutar todas las actividades desde la pre-factibilidad y factibilidad, la planeación, las ventas, su construcción, puesta en marcha y cierre; sino también estudiar el mercado y el análisis financiero del mismo.

ABSTRACT

This work of degree is aimed at structuring the principles and procedures for the establishment and management of an enterprise in the construction sector. On the basis of a business plan carefully crafted is meant to cover all possible variables that converge in the creation of a new business, passing from the administrative, financial, commercial, legal, technical and human resources.

The importance of the work lies in having a simple formula for the reader or for the person who is going to run your idea is found sufficient tools to know if it is feasible and rentable begin to structure your new business in the construction sector.

To run the construction of a building in the private sector needs knowledge of marketing, finance, marketing, urban planning, urban design and architecture, all kinds of engineering, urban and commercial law, administrative and management of risks, among others.

The most important thing is to comply with which the project sea rentable for investors. Also compliance with important aspects such as the target market, the scope of the project, the existing rules of territorial ordering, environmental standards and the Colombian Technical Standards

(NTC). And meet the expectations of all concerned. There should also be studied if the project is viable, not only if you have adequate cash flow to implement all the activities from the pre-feasibility and feasibility studies, planning, sales, its construction, commissioning and closure; but also to study the market and financial analysis of the same.

INTRODUCCIÓN

Existe un amplio consenso sobre el importante aporte del sector de la construcción en Colombia en los últimos años al dinamismo de la actividad económica nacional, este sector a su vez ha permitido el encadenamiento con muchísimas más actividades profesionales, lo que ha llevado e impulsado al país en los últimos años a un crecimiento sostenido en el tiempo.

La construcción, ha sido una de las actividades productivas más dinámicas al registrar un crecimiento promedio entre el 2000-2012 de 7.5% frente a 4.3% del PIB total, lo que se ha traducido en un aumento de su participación en la economía pasando de representar 4.4% en el año 2000 a 6.8% en el 2014. Para los primeros nueve meses del 2014, el sector de la construcción mantiene un excelente desempeño al crecer 13.7%. Dentro de este sector, edificaciones y obras civiles crecen 7.7% y 18.4%, respectivamente.

Los ciclos de la economía en cuanto al sector de la construcción por lo general hablan de 6 a 8 años , esos son los años aproximadamente que lleva este sector creciendo en el país , el gobierno nacional ha implementado diferentes programas de subsidios con el fin de dinamizar a un mas el sector, programas como MI CASA YA han impulsado a más familias colombianas en la consecución de viviendas, por otra parte factores macroeconómicos del país como lo son la devaluación de nuestra moneda y la gran caída del sector bursátil colombiano han impulsado a

más familias e inversionistas locales e internacionales a volcar sus recursos financieros en el sector de la construcción por la gran valorización que se está dando.

Cabe resaltar que para el presente año los costos de financiación tanto para las obras como para los hogares colombianos se han encarecido producto del alza en las tasas de interés del banco de la república, sumado al encarecimiento de la materia prima para las construcciones, todo esto sumado a algunas señales en ciudades colombianas con posibles estancamientos en los precios de las viviendas nuevas llevaría a actuar con más cautela en la posible toma de decisión de invertir.

Como le mencionamos anteriormente el sector de la construcción en Colombia goza de muchas variables y encadenamientos con otras actividades, las oportunidades tanto para inversionistas o clientes siempre estarán, las distintas relaciones proveedor – cliente, constructor – bancos , APP y otras adicionales generan sinergias positivas que se ven reflejadas en los indicadores de los últimos años de nuestro país, vendrán épocas de reacomodo y volverán épocas buenas, pero este sector por su dinamismo esta llamado siempre ha ser uno de los motores en todas las economías del mundo.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las empresas de construcción de vivienda, por tener una importante participación en numerosas actividades del sector público y privado, son una de las principales fuentes generadoras de empleo a nivel nacional.

En el croquis en el que se desdobra la economía colombiana, el sector constructor ha jugado un papel importante en el dinamismo nacional, prevaleciendo en sus niveles de evolución en el primer semestre del año 2015 y presentando un crecimiento considerable a lo estimado en el 2014. (1)

Siendo así el sector de la construcción sigue consolidándose como una de las ramas con mayor importancia en la economía, pues contribuye de manera significativa en la generación de valor agregado de la producción en el país.

A pesar de que la construcción sea un detonante económico en el país y un negocio de gran potencial de rentabilidad, factores como el empirismo, la falta de planeación representan un alto riesgo, poniendo en peligro el patrimonio de éstos y en algunos casos produciendo la quiebra, desaparición de empresas. Por lo tanto empresas en Colombia requieren mejores instrumentos, metodologías desde la creación y planificación de sus empresas.

1 Fuente:CAMACOL

Es un hecho irrefutable para todo aquel que participe en la rama de la construcción, que en la actualidad la ingeniería y la arquitectura Antioqueña han perdido credibilidad debido a los desafortunados acontecimientos que se han presentado en los últimos tiempos con algunas constructoras, que por falta de planeación, de criterio y de autoevaluación; han llevado al colombiano promedio a perder la confianza en sus propiedades y en las empresas que las construyeron.

Dado estas situaciones se plantea como una herramienta que aporte soluciones a estas problemáticas una guía práctica que abarque los aspectos administrativos, financieros, jurídicos y técnicos importantes para la creación de empresas en el sector de la construcción.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Al ser la construcción un sector neurálgico de la economía nacional, es importante revisar desde el momento inicial como se están llevando a cabo los procesos administrativos, legales, financieros, técnicos y comerciales para minimizar los riesgos en dichas empresas.

Es por eso que con este trabajo de grado se pretende exponer a los interesados, una guía que facilite la experiencia de crear una empresa en el sector de la construcción de vivienda, minimizando la mayor cantidad de posibles detonantes que conlleven al fracaso de la compañía.

1.3 ANTECEDENTES

La empresa constructora se puede definir según García Valcárcel (1995) “Como la unidad de producción, integrada por el capital y el trabajo, cuya actividad está al servicio del bien común y tiene fin lucrativo”.

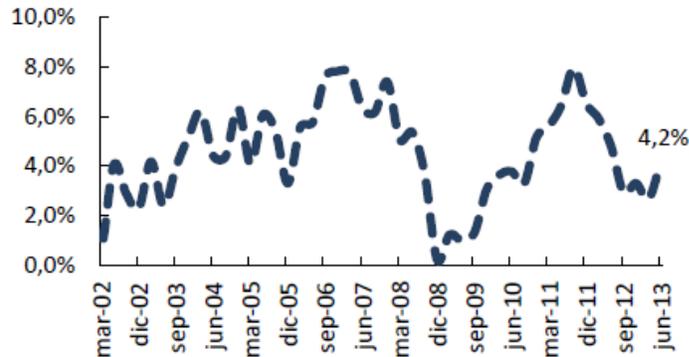
Los beneficios de una empresa constructora son prueba de una buena administración, un índice de la marcha de la empresa y reguladores de la vida de la misma, pero no es el único factor, también deben considerarse los factores humanos importantes a largo plazo.

Para contemplar bien el escenario del gremio en Colombia es importante mirar todos los aspectos que hoy afectarían un modelo de gestión para la construcción.

El mundo se está viendo en la necesidad de reemplazar y renovar la infraestructura de sus países cimentándose como soporte importante en el crecimiento económico y social de una región. Colombia edificó una capacidad macroeconómica estable, la que ha amortizado las oscilaciones económicas y formado cierto nivel de firmeza, admitiendo continuar con la práctica de estrategias contra cíclicas.

Asimismo, en el marco de la economía colombiana, el componente de la construcción ha jugado un papel importante en los últimos años, prevaleciendo en sus niveles de evolución en el primer semestre del año, con diversificaciones anualizadas del orden del 10,0% y 7,9% en marzo y junio de 2013.

Figura 1-1 Producto Interno Bruto Nacional 2002, 2013 (Vr. % anual - Segundo trimestre de 2013)



Fuente: DANE – Cuentas Nacionales

El crecimiento que reportó el PIB colombiano en 2013 va de la mano con la previsión que realizó el Fondo Monetario Internacional (FMI) presentada en su informe de “Perspectivas de la Economía Mundial”- WEO por sus siglas en inglés.

De acuerdo a la información publicada, la actividad económica mundial repuntó en el segundo semestre de 2013, en gran medida gracias a la recuperación de las economías avanzadas, y se prevé, crecerán a una tasa del 3,7% en el 2014.

De igual forma, para las economías emergentes el FMI se muestra optimista y prevé un crecimiento de alrededor del 5,1% en 2014.

Es claro que el sector de la construcción desempeña un papel fundamental como locomotora de desarrollo económico nacional, aspecto que ha sido evidente en la agenda y formulación de las políticas públicas. Muestra de ello es el desarrollado de los programas de FRECH II y FRECH III para promover la demanda en los segmentos de vivienda para estratos bajos y medios, a través de subsidios a la tasa de interés.

Es importante resaltar que el crecimiento registrado entre diciembre de 2013 y diciembre de 2012 en el número de ocupados fue del 2.7%, donde el sector de la construcción explicó en 0.5 puntos porcentuales esta variación, ubicándose en el tercer lugar como el sector con mayor aporte al crecimiento para finales del año 2013.

Como se muestra en la gráfica 2, el sector de la construcción se divide en 6 diferentes ramas, donde la rama de construcción de “edificaciones completas y partes de edificaciones” conforma el 58.3% de las personas ocupadas dentro del total, siendo la actividad que encuentra mayor relación con el sector edificador.

Figura 1-2. Participación subsectores de la construcción - 2013

Sector de la construcción (edificaciones y obras civiles)	Participación subsectores (2013)
Construcción de edificaciones completas y de partes de edificaciones	58.3%
Terminación y acabado de edificaciones y obras civiles	15.8%
Construcción de obras de ingeniería civil	13.5%
Acondicionamiento de edificaciones y de obras civiles	11.5%
Alquiler de equipo para construcción y demolición dotado de operarios	0.7%
Preparación del terreno	0.3%
Total sector	100%

Fuente: CAMACOL

1.4 IMPLICACIONES DE POLÍTICA

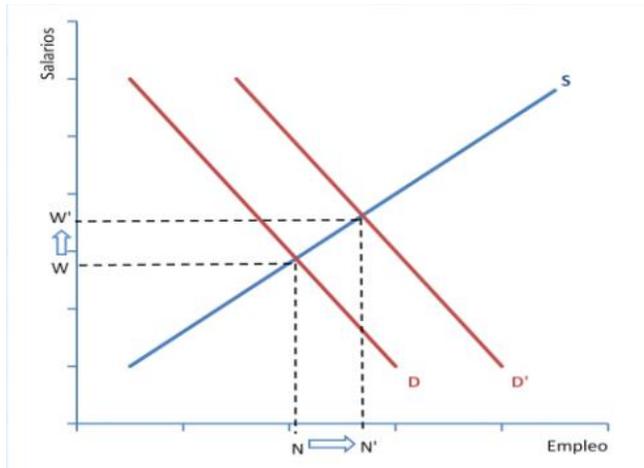
Según un estudio realizado por Francisco Lasso (en el año 2011), el mercado laboral colombiano está muy ligado al comportamiento del ciclo económico (2), situación que se replica a nivel sectorial dentro de la construcción.

Bajo este argumento, programas como el de las 86 mil viviendas de interés prioritario para ahorradores - VIPA (propuesto dentro del Plan de Impulso a la Productividad y el Empleo - PIPE) o las 100 mil viviendas gratuitas (100% subsidiadas), sin duda se convierten en demandantes de mano de obra, ya que los empresarios conexos a este sector salen en búsqueda de una mayor fuerza laboral para ejecutar sus proyectos, promoviendo un desplazamiento de la curva de demanda en el mercado de trabajo (Figura 1-3).

Lo anterior se ve reflejado en el componente de mano de obra del Índice de Costos de Construcción de Vivienda – ICCV, cuyo registró promedio fue del 4,9%, en el último año a abril, no obstante dicha cifra es moderada y no indica preocupaciones.

2. Este resultado se deriva del artículo La dinámica del desempleo urbano en Colombia del investigador Francisco Javier Lasso V, el cual está incluido en el libro “El Mercado de Trabajo en Colombia: Hechos, Tendencias e Instituciones”. Banco de la República. Bogotá. Arango, Luis E y Hamann, Franz. (2012).

Figura 1-3. Desplazamiento de la demanda de trabajo por la implementación de Proyectos de construcción de edificaciones



Fuente: Ilustración – DEET Camacol

En efecto, según cifras de la GEIH (2013), de cada 100 personas desocupadas en el país, cerca de 9 estuvieron previamente vinculadas al sector de la construcción, lo que señala que la actividad cuenta con personal disponible para atender y apoyar el desarrollo de la política pública enfocado a la construcción de vivienda.

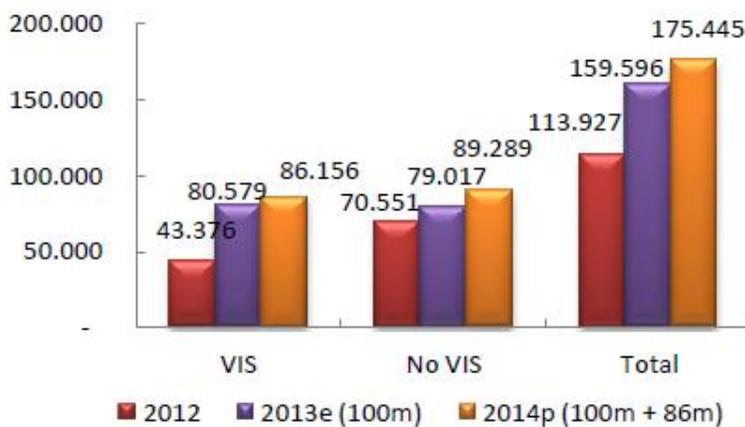
Bajo este contexto, vale la pena resaltar que países como China que reporta índices de desigualdad importantes entre la población rural y urbana, han aprovechado estas características sectoriales para mermar dicho fenómeno mediante una redistribución de la población, la cual consiste en vincular el excedente de mano de obra de las zonas rurales a la construcción de vivienda e infraestructura, mediante un programa de construcción masivo de edificaciones. (3)

3. "China's Urban Policies: dilemmas facing the world's largest urban population", London School of Economic

Hacia 2014 están 3 posibles escenarios: se imagina que en el tejido de un bajo desempeño se venderán 5% más viviendas que en 2013 proporcionados a 151.872 unidades, la inserción del proyecto de las 86 mil viviendas bajo el esquema VIPA (Vivienda de Interés Prioritario para Ahorradores) enfatiza esta tendencia positiva de manera que podrían alcanzarse 189.671 unidades habitacionales vendidas, posteriormente en un contexto de desempeño medio se espera Acrecentamiento del 7% en la venta de viviendas, es señalar 9.800 módulos más y más que en 2013.

Al imaginar el efecto que sobre los comienzos tendría únicamente el programa de las 100 mil viviendas, se espera que al cierre del año 2013 el indicador aprecie un incremento del 86% en el trozo VIS correspondiente a 80.579 unidades iniciadas. Por el lado del segmento No VIS se estima una expansión del 12%, conquistando así un indicador consolidado del 40% y 113.927 módulos. (Figura 1-4)

Figura 1-4. Proyección de vivienda 2014

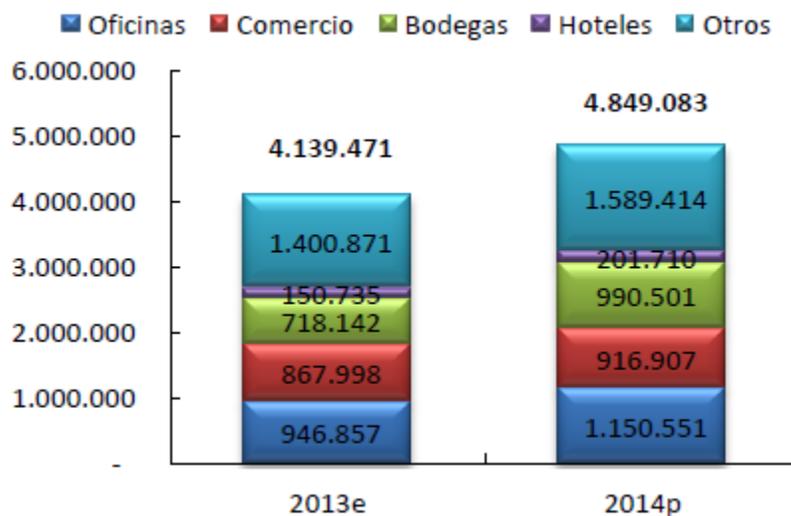


Fuente: Coordinada Urbana, cálculos DEET

En 2014 con la ejecución de las VIPA y lo que resta del programa de las 100 mil viviendas, se prevé un ampliación de 15.850 unidades iniciadas a nivel nacional lo que se traduce en un incremento del 10%, por segmentos el No VIS experimentará un crecimiento del orden del 13%, levemente superior al total, mientras que el segmento VIS trepará al 7% aproximadamente. Así las unidades, se espera que al última etapa de 2014 con la práctica plena de ambas políticas de vivienda se eduquen 175.445 unidades. (Figura 1-5)

Resulta de gran importancia hacer un análisis de los destinos diferentes a vivienda.

Figura 1-5. Proyección de vivienda 2013- 2014



Fuente: DANE

Hacia 2014 se espera una estabilidad en los niveles de crecimiento de los metros cuadrados iniciados en cada uno de los segmentos que ajustan el total de destinos no residenciales. De esta manera, a nivel nacional se proyecta un acrecentamiento del 17% en el general de metros cuadrados iniciados.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una guía que sirva como herramienta clave para minimizar los riesgos en los procesos de creación de una empresa en el sector de la construcción de vivienda.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir los pasos iniciales a formular para la creación de una empresa de construcción de vivienda.
- Definir los procesos básicos para la creación de una empresa en los aspectos sociales, ambientales, financieros, legales y técnicos.
- Elaborar un sistema de verificación de los procesos sociales, ambientales, financieros, legales y técnicos ligados a la creación de la empresa de construcción de vivienda.

3. HIPÓTESIS

- Con una guía práctica para la creación de empresas en el sector de la construcción se minimizan los riesgos de quiebra en las empresas que inician.
- Será más fácil y eficaz la creación de empresa si se posee una guía práctica donde el emprendedor podrá consultar los ciclos adecuados para cada proceso de la creación de organizaciones de la construcción, así no iniciara su negocio desde cero sino que partirá su proyecto de negocio construyendo la experiencia edificada en la guía a seguir.
- Muchas de las empresas que se han creado en el área de la construcción no han podido madurar debido a que sus procesos administrativos no son los adecuados, esto es por falta de planeación en el momento cero de la creación.

4. JUSTIFICACIÓN

Para contemplar bien el escenario del gremio de la construcción de vivienda en Colombia es importante mirar todos los aspectos que hoy afectarían un modelo de gestión para la construcción, como lo son mayor número de empresas en el sector, mayor ambiente competitivo, aumento constante de costos, aumento tecnológico y mayor exigencia del producto.

Estos problemas han tenido como consecuencia una evolución hacia la mejora de la organización, métodos de actuación y exigencias del momento, para ello es importante contar con una organización ágil y flexible.

Este trabajo tiene como propósito aportar una herramienta eficaz para introducir cambios más duraderos en las empresas de construcción existentes y aquellas que apenas inician su estructuración y organización, para que puedan responder las demandas de su entorno social, económico y financiero.

Para iniciar se debe comenzar por el desarrollo de un análisis exhaustivo de las organizaciones, tanto a nivel interno como externo, para presentar un conjunto de actuaciones que ofrezcan soluciones claras y realistas que ayuden a las empresas a identificar esa demanda diferencial, para poder aprovechar las oportunidades derivadas de la misma y/o montar su propio plan defensivo, protegiéndose de las amenazas identificadas.

En este contexto, la finalidad del presente trabajo de grado es disponer de herramientas claves que aporten conocimiento en la definición y desarrollo de un plan estratégico, que sirva para estructurar los principios y procedimientos adecuados para la creación de una empresa del sector de la construcción de vivienda.

5. ALCANCES Y DELIMITACIONES

Geográficos: Este trabajo de grado tiene como objeto realizar un diagnóstico y análisis de la empresa de construcción para así poder plantear herramientas claves de gestión.

Es por ello que el alcance geográfico de este estudio tiene como finalidad Colombia en sus diferentes regiones.

Conceptual: El trabajo de grado, se desarrolla a través de un contexto teórico de la construcción inmersa en los conceptos de mejora continua del ciclo PHVA que le da un orden y temporalidad lógicas a cada una de las fases del proyecto, un proyecto que se autoevaluara constantemente bajo el concepto de plan de negocios para así redefinirse y esculpir el crecimiento hacia el aprovechamiento de cada una de sus oportunidades disponibles, que para el caso de crear y administrar de una manera óptima una empresa del sector de la construcción .

Temporal: La realización de este trabajo se desarrollara en el segundo periodo del año 2014 comprendido entre el mes del primero de agosto y el 20 de noviembre.

Con este trabajo de grado pretendemos, estructurar los principios y procedimientos adecuados, para la creación y gerencia de una empresa del sector de la construcción

Se analizará que tipo de empresa desde el punto de vista legal y administrativo es más adecuada para el sector de la construcción, ajustados a las necesidades por cada formato de proyecto.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 MARCO CONTEXTUAL

El mercado de vivienda en Colombia muestra una dinámica saludable y fortalecida; las cifras al cierre del año 2013 si bien reflejan una brecha entre la reposición de oferta y la demanda, el panorama para el 2014 luce positivo.

En primer lugar, resultará clave para el sector brindar certidumbre y dar persistencia a las diversas políticas impulsadas desde el gobierno nacional. Lo anterior con el objetivo de seguir fortaleciendo el acceso de los hogares a la vivienda formal.

La continuidad del FRECH III (contra-cíclico) resultará indispensable para consolidar los niveles de ventas observados en gran parte del 2013, facilitando nuevamente la adquisición de vivienda para los hogares de clase media.

De la misma manera, la continuidad de los subsidios a la tasa de interés para viviendas VIS y la implementación del programa VIPA, que ofrecerá subsidios y garantías de crédito para hogares

ahorradores de ingresos bajos, tendrá un efecto propicio en el segmento de hogares de menores ingresos.

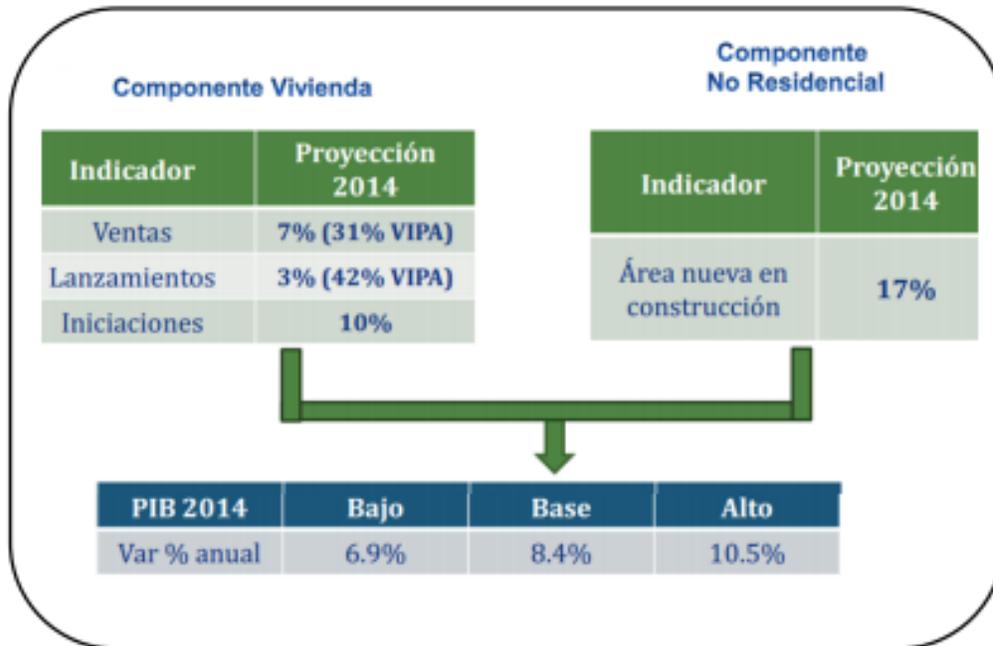
En segundo lugar, se debe seguir impulsando la oferta de proyectos de vivienda y promoviendo la construcción no residencial, en el marco de un entorno urbano de calidad.

Por último, el impulso de un desarrollo urbano que promueva integralmente la calidad urbana, social y económica de las ciudades debe estar soportado por un marco legal y reglamentario estable y eficiente que incentive la construcción formal.

Con este telón de fondo y apuntándole a un crecimiento integral de la cadena de valor, CAMACOL estima que el crecimiento del PIB edificador estará impulsado por un incremento de las ventas del 31% y de los lanzamientos del orden del 42% contemplando el aporte de las VIPA. En el caso de las iniciaciones se espera un crecimiento del 10%, variación que continua siendo favorable si se tiene en cuenta que la base de comparación que incluyó las iniciaciones de las 100 mil viviendas gratuitas durante 2013 es alta.

Por su parte, para el componente no residencial medido a través del área nueva en construcción se estima un avance del 17% anual (Figura 6-1).

Figura 6-1. Proyecciones CAMACOL



Fuente: cálculos CAMACOL-DEET

Fuente: cálculos CAMACOL-DEET

Todo lo anterior da sustento para concretar nuestro pronóstico de crecimiento para el sector edificador en un 8,4% (en el rango 6,9%-10,5%) para el año 2014.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Construcción: La construcción se dirige hacia el terreno donde la mano de obra se trabaja con aparatos superiores y más integrados; y así dejando atrás la mano de obra tradicional. Además, la construcción actual se complementa o se integra, a un más en la coordinación de las dimensiones, por lo tanto, es por esto que diseñamos las edificaciones y los aparatos se elaboran en una diversidad de patrones estándar, lo que disminuye los errores y las malas edificaciones en la construcción, y así evitamos tener que romper paredes, tapar huecos, etc.

Plan de negocios: Para alcanzar los objetivos planteados es muy importante establecer cuáles van a ser los pasos a seguir. El plan de negocios ayuda a orientar hacia dónde se va, y es una herramienta fundamental para presentar el proyecto a los socios, inversionistas o clientes.

Sociedad Colectiva: Se puede definir como sociedad personalista que desarrolla una actividad comercial bajo una razón social, con la particularidad que del cumplimiento de las deudas sociales responden en forma subsidiaria todos los socios personales y solidariamente.

Sociedad en Comandita Simple: Es una sociedad personalista constituida por socios colectivos que aportan capital y trabajo y responde subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales y de los socios comanditarios que solamente aportan capital y cuya responsabilidad está limitada a su aportación.

Sociedad en Comandita por Acciones: Es una forma social híbrida que combina la responsabilidad ilimitada y solidaria de los socios colectivos con la limitación de la responsabilidad de los comanditarios al monto de sus respectivos aportes. Su tipicidad la asemeja

a la anónima; se identifica con una razón social formada con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos con la expresión “y compañía” o la abreviatura “& Cía.” seguida de las letras S.C.A. Si éstas se omiten, la ley presume que la sociedad es colectiva y no se admite prueba en contrario.

Sociedad de Responsabilidad Limitada: “Los socios no excederán de veinticinco. Será nula de pleno derecho la sociedad que se constituya con un número mayor. Si durante su existencia excediere dicho límite, dentro de los dos meses siguientes a la ocurrencia de tal hecho, podrá transformarse en otro tipo de sociedad o reducir el número de sus socios. Cuando la reducción implique disminución del capital social, deberá obtenerse permiso previo de la superintendencia, so pena de quedar disuelta la compañía al vencerse el referido término” (Art. 356 Código de Comercio).

Sociedad Anónima: La sociedad anónima es una de las figuras más utilizadas en la constitución de empresas, y está conformada por un número plural de socios que no puede ser menor a cinco (5) socios y un máximo ilimitado. La razón social debe estar seguida por la sigla S.A.

Sociedad por Acciones Simplificada: La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Misión: Es la razón de ser de una empresa; es por eso que en esta se definen las necesidades a satisfacer, los clientes a alcanzar, los productos y servicios a ofrecer; la misión va de la mano de la Visión y de los Valores.

Visión: permite enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección; es decir, permite lograr que se establezcan objetivos, formulen estrategias y ejecuten tareas bajo la guía de ésta, logrando así coherencia y organización.

Logotipo: es un signo gráfico que identifica a una empresa

Capacidad Directiva: todas aquellas fortalezas o debilidades que tengan que ver con el proceso administrativo, entendido como fortalezas o debilidades en: planeación, dirección, toma de decisiones, coordinación, comunicaciones, control.

Capacidad Competitiva: Aquellos aspectos relacionados con el área

comercial, como calidad del producto, exclusividad, portafolio de productos, participación en el mercado, canales de distribución, cubrimiento, investigación y desarrollo, precios, publicidad, lealtad de los clientes, calidad en el servicio al cliente, etc.

Capacidad Financiera: incluye todos los aspectos relacionados con las fortalezas o debilidades financieras de la compañía como: deuda o capital, disponibilidad de línea de crédito, capacidad de endeudamiento, margen financiero, rentabilidad, liquidez, rotación de cartera, rotación de inventarios, estabilidad de costos, elasticidad de la demanda y otros índices financieros que se consideren importantes para la organización y el área de análisis.

Capacidad Técnica o Tecnológica: se incluyen todos los aspectos relacionados con el proceso de producción en las empresas industriales y con la infraestructura y los procesos en las empresas de

servicio. Por tanto, involucra, entre otras: infraestructura tecnológica (hardware), exclusividad física, acceso a servicios públicos, facilidades físicas, intensidad en el uso de la mano de obra, patentes, nivel tecnológico, flexibilidad en la producción, disponibilidad de software, procedimientos administrativos, procedimientos técnicos, etc.

Capacidad de Talento Humano: se refiere a todas las fortalezas y debilidades relacionadas con el recurso humano e incluye: nivel académico, experiencia técnica, estabilidad, rotación, absentismo, nivel de remuneración, capacitación, programas de desarrollo, motivación, pertenencia, etc.

Contabilidad de Costos: Se relaciona principalmente con la acumulación y el análisis de la información de costos para uso interno, con el fin de ayudar a la gerencia en la planeación, el control y la toma de decisiones.

Estrategia: La planeación estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones inter funcionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.

Estudio del Entorno: Implica revisar el entorno externo de la empresa para prever los cambios que se avecinan o que ya están ocurriendo en él; concentra la atención de la organización en tendencias y hechos decisivos antes de que los cambios conformen un patrón discernible y de que los competidores lo reconozcan. En el análisis del entorno deben contemplarse variables demográficas, económicas, político-jurídicas, globales, tecnológicas y socioculturales.

Gerencia Estratégica: Se define como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos. La formulación de las estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las

oportunidades y amenazas externas de una empresa, el establecimiento de misiones de la compañía, la fijación de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas, el análisis de dichas alternativas y la decisión de cuales escoger. Es un proceso apasionante que permite a una organización ser proactiva en vez de reactiva en la formulación de su futuro.

Gestión Empresarial: Hace referencia al proceso de administración de una empresa, que engloba las tareas de planificación, dirección, organización, como así también evaluación o control del desarrollo empresarial.

Innovación Empresarial: Es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores.

Organización: El término "*organización*" (del Latin Organón, órgano elemento de un sistema y sistema en sí mismo es prácticamente utilizado en todos los ámbitos (empresarial, educativo, social, deportivo, religioso, etc.) para referirse, por una parte, a una entidad (por ejemplo, a una empresa, corporación, institución pública, organización no gubernamental, etc.) y por otra, a una actividad (como la organización de una empresa, un evento o simplemente de una reunión familiar); por tanto, requiere de un *concepto* que pueda ser aplicado a cada uno de éstos casos por separado y/o a ambos al mismo tiempo, con la finalidad de tener una idea cabal acerca del significado de éste término según el contexto en el que se utilice.

Planeación Estratégica: La planeación estratégica es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto (oposición inteligente).

Se basa en la administración por objetivos y responde prioritariamente la pregunta Qué hacer. Situaciones como la creación o reestructuración de una empresa, la identificación, y evaluación de programas y proyectos, la formulación de un plan de desarrollo, la implementación de una política, la conquista de un mercado, el posicionamiento de un producto o servicio, la resolución de conflictos, son ejemplos de casos donde la Planeación Estratégica es especialmente útil.

Proceso: Es el conjunto de actividades o tareas, mutuamente relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo, los cuales se administran, regulan o autorregulan bajo modelos de gestión particulares para obtener elementos de salida o resultados esperados . Las entradas al proceso pueden ser iniciales o intermedias. Asimismo, los resultados o salidas a lo largo del proceso pueden ser intermedios o finales.

Procedimiento: Según la definición de la Real Academia Española, el significado de esta palabra refiere a la acción y efecto de proceder. Este concepto se define como un método o sistema estructurado para ejecutar algunas cosas. Es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias.

Evaluación del entorno interno de la empresa: El análisis de las fortalezas y relaciones entre las actividades que constituyen la cadena de valor de una empresa (por ejemplo, operaciones, mercadotecnia y ventas, y administración de los recursos humanos) puede ser una manera de descubrir posibles fuentes de ventaja competitiva.

6.3 MARCO TEÓRICO

6.3.1 Motivación y emprendimiento

En la creación de cualquier negocio uno de los ítems más importantes es la motivación, las ganas de sacar adelante una idea que se tiene muy adentro y que por miedo o por estar en la famosa zona de confort profesional la persona no ha sido capaz de desarrollarla, es por eso que el emprendimiento será el factor decisor para llevarla a cabo. Una vez se haya tomado la decisión de emprender tu nuevo negocio el siguiente paso es cristalizar y sacar adelante la famosa idea a desarrollar.

Para temas de emprendimiento nos podríamos referir a varios autores que hablan sobre el tema, entre ellos:

Teoría de Andy Freire

Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes:

Figura 6-2. Teoría del triángulo invertido

IDEA

CAPITAL



EMPRENDEDOR

Fuente: Elaboración propia

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

Emprendimiento según SCHUMPETER

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”. 4

4 SCHUMPETER, J. 1935. Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico.

Ed. Fondo de cultura económica, México.

La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas.

6.3.2 Recursos – Capital

Como observábamos en la teoría del triángulo invertido el capital es uno de los aspectos a tener en cuenta en el montaje y desarrollo de una empresa, es por eso que se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

Aspectos a considerar antes de buscar el dinero para su empresa:

Antes de elegir la manera en que vas a financiar su nueva empresa, es necesario elaborar un plan financiero que le muestre ¿Cuánto dinero necesita? ¿En qué va a invertir el dinero? ¿En cuánto tiempo empezará a generar utilidades? ¿Cuál va ser la rentabilidad del negocio?... en fin, debe tener claros todos los aspectos financieros y económicos.

Una vez haya realizado esto sabrá cuál es la fuente de financiación que más le conviene, para ello debe considerar 3 aspectos claves:

- El costo del capital
- El esquema de reembolso o de pago (plazo, forma, etc.)
- La cantidad de dinero que puedes obtener en determinada fuente.

Principales fuentes de financiación para un proyecto empresarial:

Capital y recursos propios

El financiamiento con recursos propios es la forma de financiación más usada por la mayoría de los pequeños empresarios según la revista Entrepreneur.

Es posible que el dinero con que cuenta sea insuficiente, sin embargo, es de gran ayuda que aproveche al máximo cuanto recurso posea.

Las 2 "f" (Family, Friend)

El siguiente lugar para buscar dinero es su círculo más cercano: "familia, amigos y tontos".

El gran problema con esta fuente de financiación es que por lo general puede causarle conflictos con aquellos que accedan a facilitarle capital, sin embargo, es muy fácil (relativamente) acceder a él y puede llegar a buenos acuerdos con ellos.

Si tiene bien claro todos los recursos que necesita y es bien organizado, esta opción puede ser de gran ayuda para empezar un pequeño negocio.

Créditos empresariales y préstamos bancarios

Las dos opciones anteriores son tal vez las de mayor facilidad de acceso y pueden ser las mejores para un pequeño emprendimiento, pero sí su proyecto requiere inversiones más altas, inevitablemente tendrá que recurrir a los mercados financieros.

Las entidades financieras son una gran opción, siempre y cuando esté dispuesto a conocer algunos conceptos básicos sobre finanzas. Es muy importante saber sobre tasas de interés.

Programas de apoyo gubernamental

Existen en el país fuentes de financiación estatal que dependiendo del sector económico al cual la empresa nueva se va a dedicar cuentan con programas de apoyo, ofreciendo capacitación y

recursos financieros para el desarrollo económico de la actividad. Estas labores se realizan a través de instituciones encargadas de evaluar proyectos empresariales y productivos, para seleccionar aquellos que cumplan con los requisitos necesarios para acceder a las ayudas.

Concursos de emprendimiento

Existen entidades, tanto públicas como privadas, que organizan diferentes eventos y concursos buscando ideas innovadoras y proyectos con potencial para apoyarlos.

Business Ángels e inversionistas de riesgo

Hasta aquí hemos visto opciones donde la fuente de inversión no busca una participación directa dentro del negocio, pero llegamos a una de las mejores opciones cuando se tiene un gran proyecto cuya inversión inicial es relativamente grande.

Los Inversores Ángeles son particulares poseedores de un gran capital, y andan en busca de oportunidades de inversión para poner a rendir su dinero.

Convencer a un inversor de confiar en su proyecto no es tarea fácil, sin embargo, cuando lo logra consigue no solo que este invierta su dinero, sino que además ponga su experiencia para desarrollar con éxito su proyecto.

Un Business Ángel querrá participación accionaria dentro del negocio, pero recuerde estructurar muy bien el capital de su nueva empresa, de lo contrario podría caer en el error de otorgar demasiado poder a terceros perdiendo el control de su propio negocio.

Otro inconveniente es que, por lo general, un inversor no tiene su misma pasión por el negocio, a él solo le interesa ver que su dinero se multiplique y podría ejercer gran presión sobre usted al exigir resultados.

6.3.3 ABRAHAM MASLOW

La jerarquía de necesidades:

La jerarquía de necesidades de Maslow o Pirámide de Maslow es una teoría Psicológica propuesta por Abraham Maslow en su trabajo de 1943 Una teoría sobre la motivación humana, posteriormente ampliada. Maslow formuló una Jerarquía de las necesidades humanas y su teoría defiende que conforme se satisfacen las necesidades básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados.

La jerarquía de necesidades de Maslow se describe a menudo como una pirámide que consta de 5 niveles: Los cuatro primeros niveles pueden ser agrupados como necesidades del déficit (Déficit needs); el nivel superior se le denomina como una necesidad del ser (being needs). La diferencia está en que mientras las necesidades de déficit pueden ser satisfechas, las necesidades del ser son una fuerza impelente continua. La idea básica de esta jerarquía es que las necesidades más altas ocupan nuestra atención sólo una vez se han satisfecho necesidades inferiores en la pirámide. Las fuerzas de crecimiento dan lugar a un movimiento hacia arriba en la jerarquía, mientras que las fuerzas regresivas empujan las necesidades prepotentes hacia abajo en la jerarquía. En términos de economía se usaba mucho este método de jerarquización, hasta que se simplificó en una sola "felicidad.

6.3.4 Ciclo PHVA

El círculo de DEMING se constituye como una de las principales herramientas para lograr la mejora continua en las organizaciones o empresas que desean aplicar a la excelencia en sistemas de calidad. El conocido Ciclo Deming o también se le denomina el ciclo PHVA que quiere decir según las iniciales (planear, hacer, verificar y actuar). Señalar que este ciclo fue desarrollado por Walter Shewhart, el cual fue pionero dando origen al concepto tan conocido hoy en día .A pesar de ello los Japoneses fueron los que lo dieron a conocer al mundo, los cuales lo nombraron así en honor al Dr. William Edwards Deming.

La utilidad del ciclo de Deming es ser utilizado para lograr la mejora continua de la calidad dentro de una empresa u organización. Para describir el ciclo completo, este consiste en una secuencia lógica de cuatro pasos, los cuales son repetidos y que se deben de llevar a cabo secuencialmente. Estos pasos como ya se mencionó son: Planear, Hacer, Verificar y Actuar. Donde:

- Planear o Planificar: consiste en definir los objetivos y los medios para conseguirlos.
- Hacer: Se refiere al acto de implementar la visión preestablecida.
- Verificar: Implica comprobar que se alcanzan los objetivos previstos con los recursos previamente asignados.
- Actuar: Se refiere a analizar y corregir las posibles desviaciones detectadas, así como también se debe proponer mejoras a los procesos ya empleados.

6.3.5 Matriz DOFA

La matriz DOFA es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. En otras palabras, por ejemplo la posibilidad de superar una debilidad que impide el logro del propósito, solo se la dará la existencia de fortalezas y oportunidades que lo permitan. El instrumento también permite la identificación de acciones que potencien entre sí a los factores positivos.

7. PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Nacimiento:

Esta parte del trabajo se concentra en todos los aspectos necesarios al interior de la compañía para formalizar los procesos y procedimientos, con el que produzcan el buen desarrollo de la empresa, desde la parte administrativa hasta la comercial, pasando por organigramas, funciones, perfiles, responsabilidades y alcances de los puestos de trabajo.

A su vez hará la relación del plan de negocio, el proceso de constitución de la empresa, la puesta en marcha, la consecución de los recursos y el proceso de contratación laboral.

También es de suma importancia temas de imagen como lo son el nombre de la compañía y su logo, estos al final darán una idea de hacia dónde quiere llegar la empresa o sus alcances.

Planeación:

Una vez el emprendedor ha decidido encaminarse a la formación de su empresa es imperativo que desarrolle un plan de negocio que le será de utilidad para encontrar y convencer a futuros inversores o empresas dedicadas al financiamiento, con un buen plan de negocio su empresa tendrá un rumbo que seguir , un mapa de navegación que lo ayude a minimizar el riesgo en su futura empresa, para la construcción de este plan de negocio es recomendable sectorizar y enfocar el negocio a partir de los diferentes procesos que ha de realizar la compañía, en base a esto se podría reducir la complejidad de la planeación de negocio si como dice Fayol se divide las operaciones

principales que realizan las empresas en seis grupos que se denominan funciones básicas de la empresa:

- **Funciones Técnicas:** Relacionadas con la producción de bienes o de servicios de la empresa.
- **Funciones Comerciales:** Relacionadas con la compra, venta e intercambio.
- **Funciones Financieras:** Relacionadas con la búsqueda y gerencia de capitales.
- **Funciones de Seguridad:** Relacionadas con la protección y preservación de los bienes de las personas.
- **Funciones Contables:** Relacionadas con los inventarios, registros balances, costos y estadísticas.
- **Funciones Administrativas:** Relacionadas con la integración de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa, siempre encima de ellas.

Creación:

Cuando el proyecto de empresa ha tomado forma y ha definido un equipo de trabajo estructural, es momento de decidir el enfoque de cómo se atacara el mercado y cada espacio potencial que esté presente tomando en cuenta la disposición y las ventajas competitivas que hagan diferente la empresa.

Teniendo en cuenta esto, es importante analizar de manera individual cada contexto de trabajo posible para elegir el más indicado en base al perfil del emprendedor.

Proyecciones de Posibles negocios

Áreas de acción:

Concesiones

Administración de bienes públicos mediante el aprovechamiento de las construcciones:

- Vías
- Transporte
- Infraestructura
- Urbanismo

Edificaciones

- Vivienda
- Bodegas
- Hotelería
- Industria
- Instituciones
- Salud

Infraestructura

- Centros Comerciales
- Hospitales
- Transporte
- Energía

- Saneamiento

- Renovación

Inmobiliario

- Avalúos

- Ventas

- Arrendamiento

8. MARCO METODOLÓGICO

8.1 Tipo de investigación

Dirigida a varios aspectos neurálgicos de la empresa como lo son la parte financiera, comercial, legal, técnica y administrativa, para esto en el transcurso del trabajo se utiliza varios métodos de investigación, entre ellos está el de la investigación aplicada donde se realiza actividades descriptivas y confirmatorias basadas en teorías y prácticas, a su vez se utiliza el método de investigación cuantitativo y cualitativo para cotejar datos que puedan servir para aclarar aún más los conceptos.

8.2 Método

Se obtuvo de información de fuentes secundarias provenientes de materiales tales como: bibliografía, hemerografía, consulta por Internet, videos, entrevistas, conferencias y folletos; posibilitando luego el análisis sistemático del problema con el propósito de describirlo, explicarlo, entender su naturaleza y los factores que inciden para poder predecir su ocurrencia.

8.3 Actividades para el desarrollo de los objetivos

Tabla 1: Objetivos específicos

OBJETIVO ESPECIFICO	PROCEDIMIENTO	TÉCNICAS A EMPLEAR
Objetivo específico 1: Describir los pasos iniciales a formular para la creación de una empresa de construcción de vivienda.	Analizar y comparar los aspectos necesarios para el montaje y posterior constitución de una empresa del sector de la construcción, para posteriormente diseñar una lista de chequeo de situaciones y alternativas a tener en cuenta en el momento cero de la creación de la compañía, con el fin de mitigar la mayor cantidad de errores y empezar el proceso de la mejor forma.	Matriz comparativa de aspectos legales

<p>Objetivo específico 2:</p> <p>Definir los procesos básicos para la creación de una empresa en los aspectos sociales, ambientales, financieros, legales y técnicos.</p>	<p>Analizar con base en información recopilada y en la bibliografía adquirida la información necesaria para definir qué clase de empresa constituir y a su vez planear y estructurar las herramientas necesarias para llevar a la empresa hacia su visión.</p>	<p>Ciclo PHVA</p> <p>Sistemas de gestión</p> <p>Métodos de investigación</p> <p>Indicadores</p>
<p>Objetivo específico 3:</p> <p>Elaborar un sistema de verificación de los procesos sociales, ambientales, financieros, legales y técnicos ligados a la creación de la empresa de construcción de vivienda.</p>	<p>Al elaborar el sistema de gestión de procesos para la creación de la empresa del sector de la construcción , este proveerá de herramientas necesarias para verificar el correcto funcionamiento del sistema y adicionalmente planteara los ajustes necesarios en el evento de necesitarlos por fallos en el sistema.</p>	<p>Sistema de gestión de procesos</p> <p>Indicadores</p>

Fuente: Elaboración propia

9. PASOS INICIALES A FORMULAR PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN

9.1 Ciclos para la generación de la idea:

Los ciclos para generar la idea de la empresa son el Nacimiento, la Planeación y Creación de la misma.

Nacimiento: Para poder poner en marcha una empresa es imprescindible que problemática va a solucionar y generar varias ideas sobre qué negocio es el que se va a crear.

Planeación: Para materializar una idea hay que tener en cuenta varios pasos que marcan un comienzo, como realizar un plan de negocios cuantificando inversiones y costos, formar un equipo de trabajo, conseguir capital, ver que el proyecto no vaya en contra de las regulaciones.

Análisis por matriz:

- Debilidad: Aspectos carentes, Aspectos por mejorar
- Oportunidad: Aspectos del entorno aprovechables
- Fortaleza: Elemento interno positivo que lo diferencia de los demás
- Amenaza: Situaciones negativas

Plan de negocios: para alcanzar los objetivos planteados es muy importante establecer cuáles van a ser los pasos a seguir. El plan de negocios ayuda a orientar hacia dónde se va, y es una herramienta fundamental para presentar el proyecto a los socios, inversionistas o clientes.

Algunos pasos para optar por un plan de negocios son los siguientes: (5)

1. Realizar un resumen ejecutivo
2. Analizar el sector
3. Estudiar el mercado
4. Realizar un plan de marketing y de ventas
5. Definir un plan de organización para los recursos humanos
6. Realizar un plan económico y financiero
7. Tener un plan de expansión o salida

Evaluación y control: además de llevar a cabo un proyecto y ponerlo en marcha, es importante evaluar constantemente como se va desarrollando el proyecto para realizar los cambios o ajustes necesarios, e identificar el momento adecuado para retirarse. Al mismo tiempo sirve para realizar un análisis sobre los errores y no cometerlos en un futuro.

Es importante hacer estas series de preguntas:

- Comercial: ¿Es valorada por el mercado final?
- Técnica: ¿Se dispone de la tecnología, los recursos y las condiciones?

- Organizacional: ¿Se dispone del Know How y capacidad administrativa?
- Legal: ¿Existe alguna restricción que lo impida?
- Ambiental: ¿Genera un impacto ambiental negativo?
- Financiero: ¿Se tiene acceso a recursos?, ¿Son los ingresos mayores que los costos?
- Vial: ¿Genera algún impacto vial negativo?
- Ético: ¿El proyecto es acorde con los principios y valores de quienes lo ejecutan?
- Emocional: ¿lo motiva la iniciativa?
- Social: ¿Cumple con los intereses de la comunidad interna y externa?

9.2 Creación de la empresa

La creación y Presentación del proyecto consta básicamente de tres apartados: la Presentación de la Idea, la Presentación del Promotor o Promotores del proyecto y la Descripción del producto o servicio que se desea ofrecer; esto después de haber realizado los análisis y preguntas a las diferentes ideas del inicio, se elige la alternativa que de forma eficiente, segura y rentable solucione el problema o la necesidad. Ejemplo: Marca, nombre comercial o futuro nombre de la empresa, Fórmula jurídica, Ámbito o localización y Financiación necesaria.

10. CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS

Es de suma importancia saber, que la definición de una empresa, sin importar su tamaño, ni su lugar de origen, es igual en cualquier parte del mundo, ya que siempre gozará de los mismos componentes necesarios para que pueda decirse que es una empresa. La empresa en sí, corresponde a una organización que tiene características muy especiales, pero similares, que la catalogan de la manera siguiente y “por consiguiente” se define:

“Una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado” (Andersen, 1999).

La definición anterior, se toma como una definición general y genérica de lo que constituye una empresa, y que en la actualidad, corresponde de una manera exacta a lo que tenemos como empresa.

Características principales

En esta ocasión en que ya se ha definido el concepto de lo que es una empresa, se tiene la libertad de definir con más precisión sus características, y haciendo una relación con lo que constituye su definición.

Las principales características que se han identificado en una empresa de construcción son las siguientes:

10.1 Solidez económica

Este aspecto es el más determinante al momento del nacimiento de la idea, la empresa debe contar con un capital inicial (solvente) que permita incursionar en el mercado de la construcción.

10.2 Personal calificado

Este personal es muy importante porque hará la diferencia en el mercado, la empresa contará con Ingenieros Civiles, Arquitectos, Geotecnista, Especialista en estructuras, obreros calificados en alturas y en planta.

10.3 Servicios y valor agregado

Son productos que se eligen al inicio de la idea de crear su empresa, la cual está compuesta por acciones que realizarán para llegar a satisfacer las necesidades de los clientes (nicho del mercado).

Se Combinan factores de producción a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción; planean sus actividades de acuerdo a los objetivos que desean alcanza.

11. CONTEXTOS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS

11.1 CONTEXTO JURÍDICO

Desde mediados de los años noventa, el gobierno colombiano empezó a establecer leyes para promover la creación de organismos y programas a los cuales los potenciales empresarios pudieran acudir para concretar su idea de negocio. En la actualidad, existen normas generales y específicas así como leyes y medidas de apoyo a la creación de empresas que por estar tan dispersas son pocas conocidas. A continuación se presenta la normatividad colombiana sobre la legislación de la actividad emprendedora y los mecanismos de apoyo a la creación de nuevas empresas.

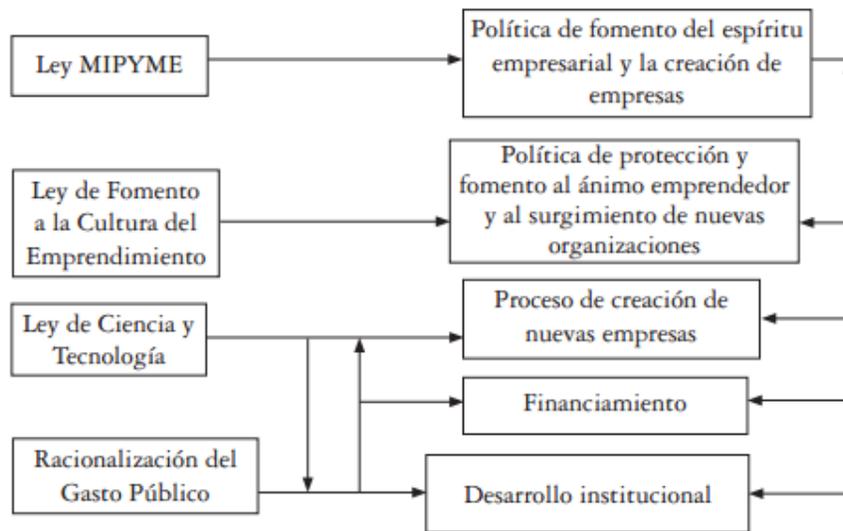
Normas Generales

LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA COLOMBIANA: en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo.

LEY MIPYME: La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000.

LA LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “.

Figura 11-1. Marco Jurídico Colombiano



Fuente: Ministerio del trabajo

11.1.1 Marco Jurídico

- Código de Comercio Colombiano, Libro Segundo, artículo 98 y subsiguientes.
- Ley 80 de 1993 artículo 7 Parágrafo 3°.
- Ley 222 de 1995.
- Ley 1014 del 26 de enero 2006.
- Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006.
- Estatuto Tributario artículo 79.

11.1.2 Trámites a realizar para legalizar la constitución de la empresa

Lo primero que debe hacer el emprendedor/empresario es acercarse a los Centros de Atención Empresarial, CAE, ubicados en las sedes de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia a fin de obtener la información y orientación sobre los pasos necesarios para constituir legalmente una empresa.

11.1.3 Pasos para constituir una empresa

- Consultas previas virtuales: El emprendedor/empresario debe realizar algunas consultas de manera virtual que le facilitarán el proceso de constitución de la empresa.
- Trámites de formalización: Se refiere a los trámites de matrícula ante el Centro de Atención Empresarial, CAE, de la Cámara de Comercio
- Trámites de funcionamiento: Una vez se constituye una empresa, su operación y funcionamiento a través de uno o más establecimientos de comercio, se debe cumplir con los requisitos fijados por el Estado con el fin de garantizar la salubridad, seguridad, tranquilidad, confianza y convivencia en el ejercicio de las diferentes actividades económicas que se desarrollen.
- Otros trámites complementarios: La marca es un signo distintivo, para diferenciar en el mercado productos, servicios y permitir a los consumidores hacer una buena elección de aquello que desean consumir en relación con los demás productos o servicios que se ofrecen en el mercado por parte de los competidores.

Con todos estos pasos se obtienen todos los permisos necesarios para dar apertura a la empresa.

- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Asignación del NIT.
- Matrícula de Industria y Comercio.

- Pago del impuesto de Rentas Departamentales de Antioquia para el caso de sociedades
- (matrícula de persona natural no requiere el pago de este impuesto).
- Certificado del RUT por primera vez sin necesidad de desplazarse a la DIAN.
- Notificación de la apertura del establecimiento a Planeación Municipal.
- Registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal.
- Los formatos que debe diligenciar para realizar su matrícula son:
- Carátula Única Empresarial.
- Anexo Matrícula Mercantil.
- Anexo DIAN – Secretaría Municipal (SM).
- Formulario DIAN.

11.2 TIPOS DE SOCIEDADES

Cada sociedad mercantil tiene una forma distinta de constituirse, transformarse y conformar su patrimonio; por ello existen distintos entes societarios, cada uno con características particulares en aspectos fiscales, responsabilidades de sus accionistas o socios y disolución. De dicha diferencia, cada empresario determinará cuál es la que más le conviene.

112.1 Sociedad Colectiva

La sociedad colectiva proviene de la sociedad general, que surge principalmente en el seno familiar. En efecto, a través de su evolución histórica, se ve como está constituida con frecuencia como continuación de la comunidad formada por los herederos de un comerciante. Pero aun

cuando se constituya con terceras personas, siempre se presupone que existe una recíproca confianza, una relación de compañeros.

Se puede definir como sociedad personalista que desarrolla una actividad comercial bajo una razón social, con la particularidad que del cumplimiento de las deudas sociales responden en forma subsidiaria todos los socios personales y solidariamente.

Sus características más importantes son:

- Todos los socios intervienen directamente en la gestión de la sociedad.
- Los socios responden de forma personal, solidaria e ilimitadamente frente a las deudas sociales.
- Sólo es adecuada para un número reducido de socios.
- Pueden existir socios industriales, que sólo aportan trabajo personal, los que se caracterizan por que no podrán participar en la gestión de la sociedad.
- La sociedad se disuelve por la muerte de un socio, salvo pacto expreso en la escritura de constitución de continuar en la sociedad los herederos del socio difunto o de subsistir entre los socios sobrevivientes.
- La condición de socio no puede transmitirse libremente, será necesario el consentimiento de los demás socios.

Las relaciones internas giran en torno a la APORTACIÓN. Cada socio puede aportar lo que quiera, ya sean bienes, capital, trabajo o industria. Con las aportaciones nace la sociedad colectiva, en cuanto conjunto de obligaciones regidas por el Principio de la autonomía de la voluntad, ya q en este tipo de sociedad lo q tienen mayor relevancia es el contrato.

11.2.2 Sociedad en Comandita Simple

Se forma cuando dos o más personas de las cuales una es comerciante, se reúnen con un objetivo comercial, obligándose el uno, o unos, como socios solidariamente responsables y permaneciendo los otros como simples administradores de capital bajo la condición de no responder sino con los fondos declarados en el contrato.

Características:

- Es mixta porque tiene socios gestores o colectivos y socios comanditarios.
- La razón social de la sociedad en comandita se forma por el nombre completo o apellido de uno o más socios colectivos y debe estar seguida de la palabra y compañía o de la abreviatura & Cía.
- Los comanditarios no podrán ejercer funciones de representación de la sociedad sino como delegados de socios colectivos y para negocios determinados.

11.2.3 Sociedad en Comandita por Acciones

Es una forma social híbrida que combina la responsabilidad ilimitada y solidaria de los socios colectivos con la limitación de la responsabilidad de los comanditarios al monto de sus respectivos aportes. Su tipicidad la asemeja a la anónima; se identifica con una razón social formada con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos con la expresión “y compañía” o la abreviatura “& Cía.” seguida de las letras S.C.A. Si éstas se omiten, la ley presume que la sociedad es colectiva y no se admite prueba en contrario.

La pluralidad de la sociedad es un socio gestor y cinco accionistas como máximo; Los comanditarios pueden o no comparecer a otorgar la escritura de constitución, pero en ésta ha de expresarse el nombre, domicilio y la nacionalidad de cada accionista, la cantidad de acciones suscritas, su valor nominal y la parte pagada por cada suscriptor.

Los comanditarios pueden o no comparecer a otorgar la escritura de constitución, pero en ésta ha de expresarse el nombre, domicilio y la nacionalidad de cada accionista, la cantidad de acciones suscritas, su valor nominal y la parte pagada por cada suscriptor. La escritura debe inscribirse en el registro mercantil de la cámara de comercio del domicilio principal y de las sucursales si las tuviere.

Debe ser claro que el socio colectivo debe tener capacidad para ser sujeto pasivo de acciones de responsabilidad civil y penal puesto que le corresponde la administración del patrimonio y los negocios sociales. En cambio, el comanditario puede ser cualquier persona.

11.2.4 Capital Social

El capital se representa en títulos valores corporativos o de participación de igual valor nominal que se llaman acciones. Estas deben ser siempre nominativas. Cuando se constituye la sociedad hay que pagar por lo menos la tercera parte del valor de cada acción que se suscriba. Y para pagar el saldo puede estipularse hasta un año, contado a partir de la fecha de la suscripción. Esta regla ha de observarse en las suscripciones posteriores a la constitución de la sociedad. Capital autorizado es el monto del valor de las acciones y comprende tanto las que se suscriben en el acto constitutivo como las que quedan en cartera para ser colocadas posteriormente. Y cuando se constituye la sociedad debe suscribirse por lo menos el 50% de las acciones en que se divida el

capital autorizado. Capital suscrito es la parte del capital autorizado representado en las acciones que los suscriptores se obligan a pagar. Capital pagado es la porción del capital suscrito que ha ingresado efectivamente a la sociedad.

11.2.5 Sociedad de Responsabilidad Limitada

“En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades” (Art. 353 Código de Comercio).

“Los socios no excederán de veinticinco. Será nula de pleno derecho la sociedad que se constituya con un número mayor. Si durante su existencia excediere dicho límite, dentro de los dos meses siguientes a la ocurrencia de tal hecho, podrá transformarse en otro tipo de sociedad o reducir el número de sus socios. Cuando la reducción implique disminución del capital social, deberá obtenerse permiso previo de la superintendencia, so pena de quedar disuelta la compañía al vencerse el referido término” (Art. 356 Código de Comercio).

Es la forma jurídica más común en Colombia de formalizar una empresa e iniciar el proyecto de negocio; se constituye entre socios que solo están obligados a pagar sus aportes.

CANTIDAD DE SOCIOS: en este tipo de sociedades los hay entre dos y veinticinco socios, si excede ese número en un plazo de dos meses siguientes puede convertirse en otro tipo de sociedad.

CAPITAL:

- El capital se divide en cuotas o partes de igual valor denominadas particiones.

- el capital debe pagarse totalmente al momento de constituirse.
- la cesión de cuotas implica una reforma estatutaria.
- aquellas solo pueden ser pagadas en dinero o en bienes.

LA ADMINISTRACIÓN: se puede constituir por socios o por extraños para la empresa, donde los socios pueden tener una remuneración y los extraños tienen un salario.

11.2.6 Sociedad Anónima

La sociedad anónima es una de las figuras más utilizadas en la constitución de empresas, y está conformada por un número plural de socios que no puede ser menor a cinco (5) socios y un máximo ilimitado. La razón social debe estar seguida por la sigla S.A.

Una de las características de la sociedad anónima es que la responsabilidad de cada socio es proporcional al capital que haya aportado. Por eso, participar en una S.A. tiene un nivel de seguridad financiero bastante alto.

Además, al contrario de una sociedad personalista, la S.A. como sociedad capitalista es una estructura orgánica personal. Esto significa que una S.A. puede actuar como persona jurídica.

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La constitución de una sociedad anónima debe hacerse mediante escritura pública con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 110 del código de comercio. Requiere también la inscripción en el Registro mercantil.

CAPITAL: El capital de las sociedades anónimas se divide en acciones de igual valor y se representan por un título negociable.

El capital de la sociedad anónima comprende el capital autorizado, suscrito y pagado.

- **CAPITAL AUTORIZADO:** Es el monto de capital que al momento de constituirse la sociedad, los socios deciden como límite máximo. Es la capitalización máxima que tendrá una sociedad, y por lo general corresponde a las proyecciones y aspiraciones futuras de los socios.
- **CAPITAL SUSCRITO:** Es la parte del capital autorizado que los socios se comprometen a pagar. El pago del capital suscrito se puede hacer de contado o mediante cuotas en un plazo no mayor a un año. Una vez un socio haya pagado la totalidad del capital suscrito, puede suscribir otra parte del capital autorizado. La suscripción del capital, impone al socio la obligación de pagarlo.
- **CAPITAL PAGADO:** Corresponde al capital que efectivamente se debe pagar al momento de la constitución de la sociedad. Es el capital con que puede contar la empresa al momento de su constitución.

DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:

- **ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS:** La asamblea de socios es el máximo órgano administrativo de la sociedad y está constituida por los accionistas reunidos en Quórum en las condiciones previstas en los respectivos estatutos quienes designarán la junta directiva.
- **JUNTA DIRECTIVA:** La junta directiva estará integrada con un mínimo de miembros con sus respectivos suplentes. Los miembros de la junta directiva serán elegidos por la asamblea general de socios.

- **CONSEJO DE VIGILANCIA:** Sus miembros tienen la tarea de supervisar a los administradores.

Nota: Salvo disposición estatutaria en contrario, se presumirá que la junta directiva tendrá atribuciones suficientes para ordenar que se ejecute o celebre cualquier acto o contrato comprendido dentro del objeto social y para tomar las determinaciones necesarias en orden a que la sociedad cumpla sus fines.

11.2.7 Sociedad por Acciones Simplificada

La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Las S.A.S se constituyen mediante documento privado, pero si alguno de los socios va a hacer un aporte de un bien raíz, se debe constituir mediante escritura pública, donde consten los datos del bien aportado, su valor y ubicación.

Si la constitución se hace mediante documento privado, éste se debe autenticar previo al registro en la Cámara de Comercio de la correspondiente jurisdicción.

Los socios pueden ser personas naturales o jurídicas, y serán responsables de los actos de la sociedad hasta el monto de los aportes efectuados.

Este tipo de sociedades se rigen por las normas aplicables a las sociedades anónimas, y el número mínimo de accionistas debe ser mínimo 1 sin tener límite máximo. Aquí radica una diferencia importante frente a otro tipo de sociedades, ya que en las sociedades limitadas el número de socios deben ser mínimo 2 y máximo 25, y en las sociedades anónimas deben ser mínimo 5 y máximo ilimitado, en cambio en las S.A.S puede conformarse una sociedad de una sola persona.

Al momento de constituir este tipo de sociedades, no es necesario pagar el valor del aporte que se suscriba, y el plazo para el pago de las acciones que se adquiriera es de 2 años, en cambio en las sociedades limitadas el monto del aporte debe estar totalmente cancelado en el momento de la constitución, y en las sociedades anónimas, se debe pagar por lo menos la tercera parte de las acciones que se adquieran y el plazo máximo para pagar el saldo es de un año.

BENEFICIOS Y VENTAJAS OFRECE LA S.A.S

- La creación de la empresa es más fácil. Una S.A.S se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- Las acciones pueden ser de distintas clases: Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las S.A.S no pueden negociarse en bolsa.
- No se requiere establecer una duración determinada.

- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la S.A.S, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tienen la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La S.A.S solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

CONSTITUCIÓN DE UNA S.A.S

Se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

1. Redactar el contrato o acto unilateral constituido de la S.A.S Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.
2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

11.2.8 Empresa Unipersonal de R. LTDA.

Es una unidad productiva similar a la empresa unipersonal, que permite separar los bienes personales del patrimonio empresarial. De esta forma, los bienes personales del dueño no son afectados en caso de quiebra del negocio, salvo que se dé el caso de quiebra culpable o dolosa.

Las transacciones de la empresa deberán ser documentadas y registradas totalmente.

Ejemplo y recomendaciones

El ejemplo consta de buscar algunas diferencias de una sociedad Anónima Simplificada y sociedad Anónima y así poder escoger la más adecuada en la que se puede trabajar en una empresa de construcciones.

- Una empresa S.A.S Puede constituirse por Documento Privado y excepcionalmente cuando hay transferencia de inmuebles, se hará por Escritura Pública, a diferencia de la sociedad anónima que deberá realizarse por Escritura Pública.
- La S.A.S no obliga al empresario a crear ciertos órganos, como la junta directiva o la asamblea de accionistas o cumplir con requisitos estrictos de su conformación y funciones, situación que exige la sociedad anónima.
- La S.A.S no requiere la pluralidad de socios, la sociedad anónima requiere mínimo 5 accionistas.

- En la S.A.S el esquema también da libertad para crear diversas clases de acciones, como las ordinarias; con dividendo preferencial y sin derecho a voto, entre otros, la sociedad anónima solo permite las acciones ordinarias.
- En la S.A.S se permite que el pago de los aportes se difiera hasta por un plazo máximo de dos años y no exige una cuota o porcentaje mínimo inicial, factor que facilita la constitución de las compañías, en la sociedad anónima existe un plazo máximo de un año y requiere pagar la tercera parte del capital suscrito.
- Finalmente, las S.A.S es más fácil de gobernar, en la medida en que se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito, la sociedad anónima no permite expresamente los acuerdos entre los accionistas.
- En la S.A.S la suscripción y pago del capital podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio para las sociedades anónimas.
- En la S.A.S no requiere inicialmente un revisor fiscal hasta que el capital e ingresos de la misma supere los montos para obligarse a tenerlo.

11.2.9 Recomendaciones por las cuales es importante crear una empresa de tipo S.A.S

- La S.A.S no obliga al empresario a crear instancias como la junta directiva, o cumplir con ciertos requisitos, como la pluralidad de socios.
- La Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro

mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

- La S.A.S da la posibilidad a los empresarios de escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses, lo que reafirma que se trata de una regulación flexible que se puede ajustar a los requerimientos de los empresarios.

12. PROCESOS BÁSICOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN LOS ASPECTOS SOCIALES, AMBIENTALES, FINANCIEROS, LEGALES Y TÉCNICOS

12.1 Elección del tipo de sociedad a constituir

Antes de crear una empresa, es necesario conocer el tipo societario que más se ajusta a las necesidades del emprendedor. Para ello, ofrecemos un entorno guiado para la elección de la forma jurídica que proporciona toda la información necesaria para la creación de la empresa.

Figura 12-1. Tipos de sociedades que se pueden crear en Colombia.

TIPOS DE SOCIEDADES					
Tipo social	Sociedad Colectiva	Sociedad en comandita simple	Sociedad en Comandita por acciones	Sociedad Anónima	Sociedades de Responsabilidad Limitada
Tipo de socios	Socios	Dos categorías de socios: a) colectivos o gestores: administran la sociedad b) comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Dos categorías de socios: a) colectivos o gestores: administran la sociedad b) comanditarios: no intervienen en la administración de la misma.	Accionistas	Socios
Capital social	El capital se divide en partes de interés cuyo valor puede ser desigual. Cada socio tiene un voto, sin importar el valor de su participación. El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en cuotas de igual valor que confieren un voto a cada una. Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes existen). El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en acciones de igual valor. Se integra con los aportes de capital de los socios comanditarios y de los colectivos (si estos aportes existen). El aumento del capital autorizado requiere reforma estatutaria.	El capital se divide en acciones de igual valor. Las acciones en circulación corresponden al capital parado por los accionistas. Se pueden emitir acciones privilegiadas, acciones de goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.	El capital se divide en cuotas de igual valor. El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria.
Número de socios o accionistas	Mínimo dos socios y no hay límite máximo.	Mínimo un socio gestor y máximo 25 socios comanditarios.	Mínimo un socio gestor y 5 comanditarios, y no hay límite máximo.	Mínimo 3 accionistas y no hay límite máximo.	Mínimo 2 socios y máximo 25.
Responsabilidad de los socios	Solidaria e ilimitada	Solidaria e ilimitada la de los socios gestores.	Hasta el monto de sus aportes, la de los socios comanditarios.	Hasta el monto de sus aportes.	Hasta el monto de sus aportes.
Órganos sociales	Junta de socios Representante Legal	Junta de socios Representante Legal	Asamblea de asociados Representante Legal	Asamblea general de accionistas Junta de socios Representante Legal	Junta de socios Representante Legal
Cesión de participaciones sociales	Requiere autorización expresa de los consocios. Requiere reforma estatutaria.	Los socios comanditarios pueden ceder sus cuotas libremente. Los socios gestores requieren autorización expresa de los demás comanditarios. Requiere reforma estatutaria.	Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.	Las acciones son libremente negociables, salvo que se pacte derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.	Existe derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.
Pago de capital	En la escritura de constitución de la sociedad los socios se obligan a hacer un aporte.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.	Suscribir el 30% del capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	Suscribir el 30% del capital autorizado y pagar la tercera parte del capital suscrito.	Pagar la totalidad del capital en el momento de la constitución de la sociedad.
Revisor fiscal	No requiere	No requiere	Requiere	Requiere	No requiere

Fuente: Documento extraído de Proexport

La elección de la forma jurídica de la empresa a adoptar es tan solo una parte de la definición de la nueva empresa. Ya sea bajo la forma del Trabajador Autónomo la Sociedad Anónima, Limitada, Etc.; la decisión debe ser objeto de un detenido estudio, a fin de elegir aquella que mejor se adapte a las características del proyecto a desarrollar. Elegir la forma jurídica es la primera de las decisiones que se deben tomar a la hora de realizar los trámites legales para constituir una empresa.

No se pueden establecer criterios generales que permitan determinar cuál es la forma jurídica más adecuada en cada caso concreto, dado que cada proyecto empresarial presentará unas características propias que requerirán su estudio particular. Sin embargo, sí se pueden citar algunos aspectos generales a tener en cuenta en el momento de efectuar la elección de la forma jurídica de la empresa:

12.2 Tipo De actividad a ejercer: la actividad que vaya a desarrollar la empresa puede condicionar la elección de la forma jurídica en aquellos casos en que la normativa aplicable establezca una forma concreta.

12.3 Número de socios: el número de personas que intervengan en el lanzamiento de una nueva empresa también influye en la elección. Así, cuando sean varios los promotores lo aconsejable será constituir una Comunidad de Bienes o una Sociedad (sin olvidar que las Sociedades Anónimas y la de Responsabilidad Limitada pueden ser unipersonales).

12.4 Responsabilidad de los promotores: La responsabilidad puede estar limitada al capital aportado (sociedades anónimas, de responsabilidad limitada, etc.) o ser ilimitada, afectando tanto al patrimonio mercantil como al civil (empresario individual, sociedad colectiva, etc.).

12.5 Necesidades económicas del proyecto: La dimensión económica del proyecto a desarrollar influye en la elección, ya que para constituir determinadas sociedades se exige un capital mínimo.

12.6 Aspectos fiscales: Habrá que estudiar detalladamente los costes fiscales que la empresa habrá de soportar, teniendo en cuenta que las sociedades tributan a través del Impuesto sobre Sociedades. Los empresarios individuales lo hacen también, a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, en el que el tipo impositivo va elevándose según van incrementándose los beneficios.

13. PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Al momento de crear una empresa la idea y la convicción de querer ser empresario es importante, por lo cual se debe saber que es un proceso duro y lleno de permanentes retos; posteriormente a la idea, hay que desarrollar en la misma en un plan de negocios, el cual es el documento central que se convierte en el manual de operaciones de la organización, se debe realizar un trabajo serio en esta etapa previa, hacer una detallada investigación de mercado, diseñar la estructura administrativa, evaluar y analizar financieramente el proyecto, entre otras áreas vitales en las empresas.

13.1 PROCESO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA.

Cuando tengamos claro qué tipo de empresa se va a constituir damos inicio a los trámites ante las diferentes entidades:

Ante cámara de comercio:

- Verificar la disponibilidad del Nombre.
- Diligenciar el formulario de Registro y Matricula.
- Diligenciar el Anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN; (También se puede hacer en la DIAN).Pagar el Valor de Registro y Matricula.

Ante la notaria:

- Escritura Pública, (Esta deberá ser presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro); tener en Cuenta: Todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.

Ante la DIAN:

- Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).
- Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria).

Ante la secretaria de Hacienda de la Alcaldía:

- Registro de Industria y Comercio.
- Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

NOTA: Los trámites de DIAN y Secretaria de Hacienda, se pueden realizar en el caso de algunas ciudades directamente en la Cámara de Comercio.

13.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

13.2.1 Misión de una empresa constructora

Es la razón de ser de una empresa constructora; es por eso que en esta se definen las necesidades a satisfacer, los clientes a alcanzar, los productos y servicios a ofrecer; la misión va de la mano de la Visión y de los Valores.

La Misión se caracteriza por ser amplia, concreta, motivadora y posible; Existen una serie de aspectos que le pueden ayudar a identificar la Misión de la compañía, tales como:

Campo de actividad: especificando los negocios en los cuales se centrara la actividad de la empresa, identificando y analizando los productos y mercado de la organización.

Capacidades: están a disposición de la empresa o pueden llegar a estarlo. A través de los recursos y capacidades con los que cuenta la organización se puede saber qué ventajas competitivas se pueden alcanzar.

En los casos en que la empresa cuenta con varios productos que comercializar y en diferentes mercados, es más complicado identificar cual es la misión, por lo tanto hay que desarrollar recursos y capacidades centrándose en los factores de éxito de cada mercado.

Ejemplo de misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con espacios provechosos, excediendo sus expectativas y proporcionándoles servicios integrados en el diseño, desarrollo y construcción de sus proyectos, utilizando tecnología de punta, materiales contemporáneos y sistemas constructivos innovadores, para que el usuario, obtenga el mejor provecho en su inversión.

13.2.2 Visión de una empresa de construcción

La visión de una empresa permite enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección; es decir, permite lograr que se establezcan objetivos, formulen estrategias y ejecuten tareas bajo la guía de ésta, logrando así coherencia y organización.

Pero además de ello, establecer la visión de una empresa también permite:

- Darle identidad y personalidad a la empresa.
- Proyectar una imagen positiva ante clientes, proveedores y público en general.
- Inspirar y motivar a los miembros de la empresa al hacer que se sientan identificados y comprometidos con ella.

Una visión efectiva permite obtener los beneficios descritos anteriormente, debe contar con las siguientes características:

- Ser clara, entendible y fácil de seguir para todos los miembros de la empresa.
- Ser breve, de preferencia conformada por una sola oración.
- Ser positiva, atractiva, alentadora e inspiradora, capaz de promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- Ser desafiante y ambiciosa, pero a la vez factible y realista, teniendo en cuenta el entorno, los recursos y la capacidad de la empresa.

La Visión de la empresa suele corresponder a la visión del dueño o los dueños, por lo que para definir la declaración de la visión de la empresa se podría empezar por realizar las siguientes preguntas:

- ¿Qué se quiere llegar a ser?
- ¿Hacia dónde se dirige?
- ¿En qué se quiere convertir?
- ¿A dónde se quiere llegar?
- ¿Cuáles son los deseos o aspiraciones?
- ¿Cuál es la imagen futura que se quiere proyectar?

Ejemplo de una visión

Ser una empresa líder en el sector de la construcción y de la comercialización de bienes raíces a nivel nacional, con capacidad de competir exitosamente, con un equipo comprometido, generando productos innovadores que satisfagan las necesidades de los clientes, con altos estándares de calidad, cumplimiento, diseño y conciencia de servicio al cliente que garanticen solidez y reconocimiento de la empresa, contribuyendo al desarrollo del país.

13.3 VALORES DE LA EMPRESA

DEFINICIÓN DE VALORES

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales se inclina por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

Los valores son muy importantes para una empresa porque son grandes fuerzas impulsoras del cómo se realiza el trabajo.

- Permiten posicionar una cultura empresarial.
- Marcan patrones para la toma de decisiones.
- Sugieren topes máximos de cumplimiento en las metas establecidas.

- Promueven un cambio de pensamiento.
- Evitan los fracasos en la implantación de estrategias dentro de la empresa.

13.4 ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS PARA EL PROCESO DE CREACIÓN

La importancia de las Matrices de Factor interno y externo radica en que se hace un diagnóstico real de la empresa o negocio, dice el estado, avances, lo que brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando se conoce la realidad, casi siempre se sabe qué hacer.

Fortalezas y debilidades son factores internos a la empresa, que crean o destruyen valor. Incluyen los recursos, activos, habilidades, etc.

Oportunidades y amenazas son factores externos, y como tales están fuera del control de la empresa. Se incluyen en estos la competencia, la demografía, economía, política, factores sociales, legales o culturales.

El proceso del análisis Matrices de Factor interno y externo es muy sencillo: en cada una de los cuatro cuadrantes, se hace una lista de factores. Seguidamente, se les puede asignar un peso o ranking, según las prioridades de la empresa o ente que se evalúa.

Nota:

- Si se conocen las debilidades, se sabe de qué es capaz y de qué no. Lo que permite ser objetivos y evita asumir riesgos que luego no se pueden cubrir. Conocer las debilidades evita “meterse en camisa de 11 varas”. Adicionalmente, si se conoce cuáles son los puntos débiles, se sabrá qué es lo que se necesita mejorar. Las soluciones a los problemas sólo son posibles cuando se identifican los problemas, y eso lo da las Matrices de Factor interno y externo.
- Cuando se conocen las oportunidades, se tiene claro hacia dónde encaminar los recursos y esfuerzos, de tal manera que se pueda aprovechar esas oportunidades antes de que desaparezcan o antes de que alguien más las aproveche. Generalmente un negocio fracasa cuando no es capaz de identificar ninguna oportunidad, y en eso hay empresas y personas expertas, que ven oportunidades donde los demás ven dificultades, problemas, de modo que si se tiene la capacidad de identificar las oportunidades y plasmarlas en las Matrices de Factor interno y externo se ha hecho buena parte del trabajo.
- Al conocer las fortalezas, al saber qué es lo que mejor se hace, se puede diseñar objetivos y metas claras y precisas, que bien pueden estar encaminadas para mejorar las debilidades y/o para aprovechar las oportunidades. Cuando se tiene claro qué es lo que se sabe hacer, y en qué nos desempeña mejor, se está en condiciones de ver con mayor facilidad las oportunidades, o podemos sortear con mayor facilidad las debilidades. Lo primero que una empresa o persona se debe preguntar, es cuáles son sus fortalezas, una vez identificadas, sólo resta explotarlas.
- Por último se tienen las amenazas. Si se quiere sobrevivir, se debe ser capaz de identificar y de anticipar las amenazas, lo que permitirá definir las medidas para enfrentarlas, o para

minimizar sus efectos. Si una empresa no anticipa que le llegará una fuerte competencia, cuando esta llegue no habrá forma de reaccionar oportunamente, y sobre todo, no se podrá actuar con efectividad puesto que nunca estuvimos preparados para ello. Si no se conoce una amenaza, mucho menos se sabe cómo reaccionar frente a ella, de allí la importancia de conocer el medio, el camino que al que se debe enfrentar.

Aunque del análisis de las Matrices de Factor interno y externo su resultante es atractivo y simple de entender, los expertos estiman que lo más valioso y revelador de la herramienta es el propio proceso de análisis para llegar hasta allí.

Recomendaciones

Esta guía está compuesta por opiniones personales y trabajo investigativo, y servirá como referencia y punto de partida para crear empresas, se invita a investigar, porque cada caso particular tiene variables y además estos procedimientos pueden variar en las diferentes ciudades.

14. SISTEMA DE VERIFICACIÓN DE LOS PROCESOS SOCIALES, AMBIENTALES, FINANCIEROS, LEGALES Y TÉCNICOS LIGADOS A LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA.

14.1 CONTEXTO ADMINISTRATIVO

Se pueden encontrar innumerables definiciones o maneras de aplicar el contexto administrativo a la EMPRESA, se podría canalizar por distintas áreas o conceptos desde el comercial, pasando por el financiero, el de recursos humanos, el jurídico , el técnico , el operativo en fin por varias áreas , pero todos al final llegan a lo mismo COMO PLANIFICAR, ORGANIZAR , DIRECCIONAR Y CONTROLAR la EMPRESA, todo esto conlleva a un proceso serio y organizado que ayuda a saber dónde se estará en ese momento , que proceso efectuar en la mitad y hacia donde se quiere llegar , SIEMPRE debe ir de la mano con la VISIÓN de la EMPRESA , en la mayoría de las EMPRESAS se ve reflejado en utilidades a alcanzar, participación del mercado , posicionamiento en el sector o algunas empresas constructoras del estado o fundaciones en un BALANCE SOCIAL para la comunidad.

Todo comienza con un idea, de ahí a materializarla existen un sin número de pasos que los gerentes, directivos, los socios fundadores o la persona que vaya a emprender un negocio debería

seguir, es de suma importancia realizar un detallado plan de negocio para saber los alcances y todas las aristas que se deben tener a consideración, de esto depende el ÉXITO de la futura empresa.

Por último se recuerda: "Nadie planifica fallar, se falla por no planificar (6)

14.1.1 Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría.

Figura 14-1. Organización por funciones

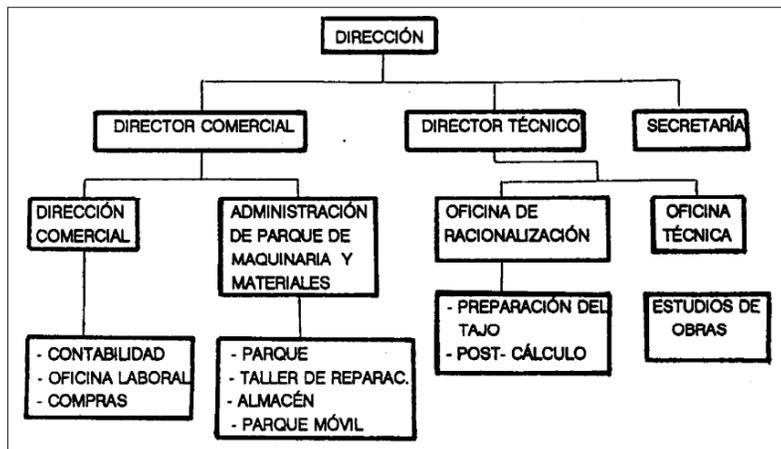


Imagen extraída del libro "La empresa constructora y control de obra". Pedro Barber Lloret

6 . FLEITMAN JACK, MC GRAW HILL, Negocios exitosos, pág. 246. Año 2000.

Figura 14-2. Organización por territorios

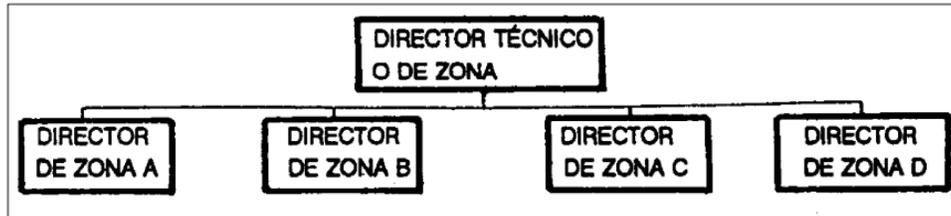


Imagen extraída del libro “La empresa constructora y control de obra”. Pedro Barber Lloret

Figura 14-3. Organización por obras

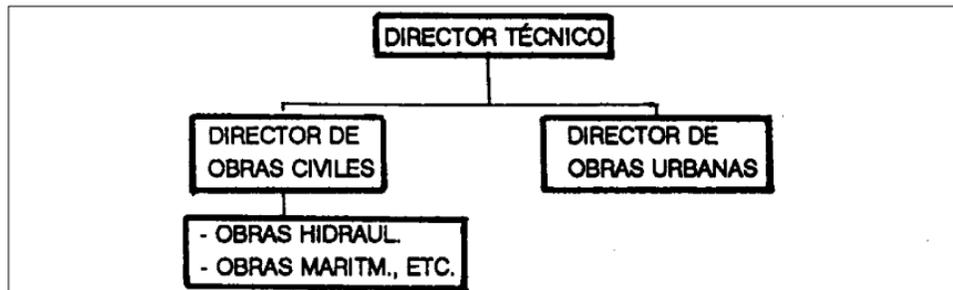


Imagen extraída del libro “La empresa constructora y control de obra”. Pedro Barber Lloret

Figura 14-4. Organización en empresas de pequeño tamaño

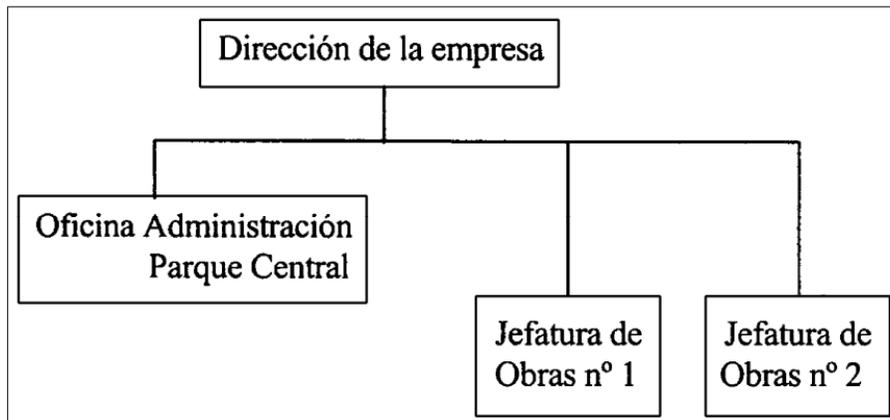


Imagen extraída del libro “La empresa constructora y control de obra”. Pedro Barber Lloret

14.1.2 Recursos humanos

Una empresa cuenta con diversos tipos de recursos que le permiten funcionar y alcanzar sus metas. Los empleados, trabajadores y colaboradores son quienes conforman lo que se conoce como recursos humanos de una empresa.

El principal desafío que enfrenta la sociedad es el mejoramiento continuo de las organizaciones que la integran, la administración de los recursos humanos existentes para mejorar, la contribución de las personas a las organizaciones.

La EMPRESA está compuesta por varios departamentos o áreas en las que el factor humano los colaboradores son el motor de todas las interrelaciones y procesos que llevarán a la EMPRESA a conseguir su objetivo general, el departamento de recursos humanos son los encargados de realizar el proceso de selección del personal, capacitarlo e incentivarlo, pero es importante que cada uno

de los pertenecientes al departamento de recursos humanos conozcan la normatividad y las leyes con que se rige.

A su vez los otros departamentos de la EMPRESA deben proveer a este departamento de las herramientas necesarias para que este cumpla con su objetivo en la EMPRESA.

Generalmente la función de Recursos Humanos está compuesta por áreas tales como:

- Reclutamiento y selección
- Contratación
- Capacitación
- Administración o gestión de personal durante la permanencia en la empresa.

14.1.3 El proceso administrativo

La construcción interviene en varias organizaciones, es por eso que las operaciones de la construcción deben realizarse en el lugar del proyecto. La construcción es un negocio dinámico, incansable y compulsivo; hay dos factores básicos que ayudan a estabilizar a la industria; hay una demanda de los servicios de los contratistas; tanto por parte del gobierno como por la iniciativa privada. Otro elemento es la movilidad de la industria, debido a la cual está menos sujeta a las bajas económicas repentinas.

Es indudable que los conceptos administrativos son comunes a todas las empresas y que en la industria de la construcción, sus principios generales se desarrollan en forma natural. Ante una situación imprevista, un grupo de hombres reacciona de muy diferentes maneras; el común denominador de aquellos que la superan está constituido por el desarrollo de cuatro acciones básicas, planear, organizarse, dirigirse y controlar los resultados.

Un equipo de construcción realiza su trabajo solo una vez en cada sitio; la siguiente vez su trabajo lo realizará en un nuevo lugar, con un nuevo patrón y bajo nuevas, aunque, similares especificaciones. Desde el comienzo de cada proyecto de construcción, el contratista se ve obligado a trabajar en el lugar en donde se encuentre la obra de una manera rápida y económica como sea posible y después abandonar el lugar.

14.1.4 Fases del proceso administrativo

Las funciones principales del proceso administrativo son:

PLANEACIÓN: Conceptuando la planeación como “El estudio y selección de alternativas sobre pronósticos de operaciones futuras”, por lo cual y para el caso de empresas constructoras constará de tres etapas básicas, la planeación de su inicio, la de su consolidación y la del desarrollo de la misma.

La función de planeación o determinación el trabajo que debe ser realizado, a través de:

- Definición de la razón de existir de la empresa (naturaleza y alcance del trabajo que debe ser realizado). Es en sí la justificación de creación de una empresa constructora.
- Estimación de lo que se puede acontecer en el futuro (predicción del futuro).
- Establecimiento de objetivos y metas (determinación de los resultados que deben ser alcanzados).
- Establecimiento de planes y estrategias de acción (formas de conseguir los resultados).
- Establecimiento de los requisitos e oportunidad en el logro de los objetivos (el tiempo en que deben ser alcanzados).

- Determinación de los recursos requeridos para obtener los resultados predeterminados (la elaboración de presupuestos).
- Fijación de normas de operación, que nos permita determinar reglas o decisiones predeterminadas (fijación de políticas).
- Establecimiento de procedimientos (determinación de métodos y procedimientos sistemáticos para realizar el trabajo).

ORGANIZACIÓN: La organización se cree que sea “La división lógica, óptima y ordenada de trabajos y responsabilidades, para alcanzar los pronósticos definidas por la planeación.

Para que un grupo pueda trabajar efectivamente en la realización de ciertos propósitos, debe existir una estructura explícita de funciones tomando en cuenta las cualidades de cada persona, en otras palabras usar la organización en función del individuo.

En esta fase se realizan organigramas, la organización depende de factores como la comunicación, cualquier intento organizativo sería irrealizable sin la comunicación; el lenguaje es uno de los orígenes de la comunicación; se distinguen varias formas de lenguaje:

PASIVO: El que se comprende sin poder emplearlo (el perro obedece la orden de su dueño).

ACTIVO: El que se utiliza para hacer comprender a otros.

INDIRECTO: El que transmite a través de gestos, mímica y actitud frente a los demás (el cual en ocasiones, es más expresivo que los anteriores).

La función de organización o clasificación y división del trabajo en unidades administrables, a través de:

- Estructuración de la empresa agrupando el trabajo por su naturaleza para una producción eficaz.
- Establecimiento de las condiciones materiales para que exista un trabajo efectivo de grupo entre las unidades organizacionales.

INTEGRACIÓN: La función de integración o determinación de las necesidades de personal y asegurar su disponibilidad para la ejecución del trabajo, a través de:

- Análisis del trabajo para conocer las necesidades de capacitación del personal que se requiere.
- Reclutamiento, selección e inducción a la empresa, de las personas que se han identificado dentro de las unidades organizacionales que componen la estructura de la empresa.
- Desarrollo de los recursos humanos o sea el ofrecimiento de oportunidades a los empleados y trabajadores para que se desarrollen en sus propias capacidades en relación con las necesidades de la organización.

DIRECCIÓN: Se considera como la acción que se ejerce sobre la coordinación de los recursos humanos y del capital de una empresa, para satisfacer en forma óptima al cliente, al accionista y al personal que la integra, en forma continua y perdurable.

La comunicación también forma parte esencial de la dirección, es el recurso del directivo para obtener entusiasmo, la creatividad y la lealtad de su personal, siempre y cuando la comunicación sea verdadera, consistente y seria.

CONTROL: La finalidad del control es garantizar que los resultados de lo planeado, organizado y ejecutado se ajusten tanto a los tiempos como a los objetivos previamente establecidos.

Se presentan varias etapas en el CONTROL:

- Estándares de desempeño
- Medición del desempeño
- Comparación de desempeño
- Acciones correctivas

14.2 CONTEXTO COMERCIAL

14.2.1 Creación de imagen corporativa

La identidad corporativa es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación.

La identidad visual corporativa IVC es el conjunto de:

- Un nombre comercial (Naming)
- Un emblema o logotipo.
- Una estética o personal grafica plasmada en los diferentes materiales de comunicación.

Los 3 pilares de la identidad corporativa

El secreto está en encontrar buenas ideas o identidades corporativas adecuadas. Para ello se basa en tres pilares, los cuales deben estar alineados. Se trata de las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo me llamo?
- ¿Cómo soy?
- ¿Cómo quiero ser recordado?

Que generan en ese mismo orden:

- El nombre: El nombre es la base de todo. No hay que olvidar que éste condiciona.

- La personalidad: La personalidad de la empresa puede ser agresiva, pasiva, conservadora, etc. De modo que no sólo el nombre de una organización, sino también cómo es ésta, determina lo que proyecta. No hay que olvidar que aunque el objetivo es ser distinguible no se trata de serlo a toda costa. Evita acciones de comunicación que a la larga afecten a tu marca o al prestigio de tu negocio.
- El posicionamiento: Hace referencia al nicho de mercado que se busca ocupar. Para ello, hay que elegir lo que uno saldrá a decirle al público meta.
- Así, las compañías pueden definir qué es lo que las distingue (más allá de los lugares comunes como servicio y calidad) y basar su identidad y comunicación en ese aspecto.

14.2.2 Logotipo de una empresa constructora

La identidad puede ser simple, pero tiene que ser coherente. En el mercado atendido por Ideograma existe un entorno donde prima la creencia de que el logotipo lo resuelve todo

El logo, en todo caso, debe entenderse como un resumen ejecutivo (visualmente hablando) de la organización. En otras palabras, para bien y para mal es la suma de todo lo que representa una marca en la cabeza de un consumidor, un cliente o incluso un posible inversionista.

Pero no es la panacea. Es un error común atribuirle al logotipo el éxito de algunas compañías. “En realidad, esto depende de todo lo que una empresa hace. Por lo tanto, invertir en el logo es lo de menos”.

Figura14-4. Logotipo de Constructora VDL



Fuente: Pagina Web constructora VDL

Creación de la nueva marca corporativa para la empresa Constructora VDL. En esta ocasión el logo fue enfocado a un nuevo aire más joven y corporativo de lo que era el anterior logotipo. Con un slogan “Encajamos tus ideas” el cual se utilizó para la fusión y combinación de todo el logotipo, tanto en elementos circulares como lineales, Publicado el día: 22 junio, 2014 a las 13:36

14.2.3 Proceso para el registro de la marca

- Presentar la solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio, cumpliendo con los requisitos exigibles para tal efecto.

- Consultar en www.sic.gov.co si la marca que queremos registrar está disponible. Hay que tener en cuenta que aunque hayan marcas similares, el uso es particular de cada una (En este caso se admite la asesoría jurídica-Abogado especializado en el tema)
- Debes tener en cuenta que el proceso de registro puede durar de 8 a 12 meses.

Cabe recordar que existe la “denominación de origen” que se puede utilizar y sacarle mucho provecho como un elemento diferencial y competitivo, sobre todo a la hora de exportar. Infórmate bien si tus productos o tu actividad cumplen con los requisitos para ser cobijados por la “denominación de origen” y si es así será un excelente elemento de competitividad.

INCONVENIENTES QUE PUEDEN SUCEDER

- Que la marca no cumpla los requisitos. En éste caso el titular deberá presentarse para dar sustento a la solicitud.
- Que terceros presenten oposición al registro de la marca. (Aquí también es válido el abogado especialista)
- Que sencillamente sea negada. (En éste caso se puede presentar recursos de ley).

VIGENCIA

- En Colombia una marca tiene una vigencia de 10 años
- Tener en cuenta que es mejor registrar la marca que no hacerlo. Si se hace, nadie podrá utilizarla, pero si no se registra, no solo podrá ser utilizada por terceros sino que puede ser demandada y hacer que se abandone el registro.

14.2.4 Estrategias y medios para publicitar la marca

¿Qué es Marketing?

El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.(7)

¿Cómo se venden servicios o productos? Es la primera pregunta que las empresas, sin importar giro o tamaño, se plantean cuando piensan en marketing.

- **BASE DE DATOS CUALIFICADA:** Se debe Invertir tiempo en desarrollar una base de datos a través de los propios contactos o los contactos de estos mismos. A partir de ella es que se podrá trabajar con efectividad casi todas las siguientes tácticas:
- **RELACIONES PÚBLICAS:** Son todas aquellas estrategias que ayudan a comunicar el mensaje de la empresa con todos los públicos con los que se interactúa entre ellos: las ruedas de prensa, la relación con los medios masivos y social media, canales y herramientas, programas sociales, etc.
- **SITIO WEB:** Elaborar una página web de la empresa, el tamaño de ésta no es pretexto. Si su competencia no la tiene, hoy eso es una ventaja ya que será el primero en estar presente. Recuerde en desarrollarlo pensando en su mercado, no propiamente en sus gustos.
- **CALL TO ACTION: (Llamadas de Acción):** Se refieren a motivar abiertamente la ejecución de una acción determinada ya sea en el sitio web, redes sociales, emails o inclusive en volantes o anuncios. Es el famoso “click”.
- **CONVIÉRTASE EN UNA AUTORIDAD RECONOCIDA:** Compartir conocimiento y experiencias, mediante distintos medios tanto off como online. Algunos de ellos pueden ser: conferencias, talleres, webinars; las redes sociales son fundamentales en este punto,

7. STANTON, ETZEL Y WALKER, Fundamentos de marketing, 13ª Edición, Pag. 7.

las mejores hoy en día: LinkedIn, Twitter, Facebook, Pinterest, YouTube y Google Plus, se debe elegir aquellas que cumplen los objetivos que se buscan para el negocio y en las que esté el mercado meta.

14.2.5 Como se dan a conocer a los clientes

Con respecto a las técnicas de promoción, la primera acción a llevar a cabo es la creación de la imagen corporativa, estableciendo el nombre y anagrama de la empresa. Dicho anagrama se mostrará en los vehículos de la empresa, rótulos de las obras, tarjetas, facturas, etc.

Las empresas constructoras no suelen realizar mayores esfuerzos promocionales que un ocasional anuncio en prensa o la inclusión en los directorios comerciales. Otros medios que se utilizan son el patrocinio de eventos como concursos o incluso equipos de fútbol sobre todo en la zona rural.

En cuanto a la fuerza de ventas, la labor comercial de la empresa suele recaer en el emprendedor. Es primordial el trato que se les dé a los clientes, aunque también será necesario mantener una buena relación con los proveedores, lo que te ayudará a sortear las deficiencias en el aprovisionamiento y evitar el retraso en los plazos de realización de la obra.

En algunas ocasiones las empresas constructoras también tienen la posibilidad de mantener alianzas comerciales con empresas promotoras, de forma que recurran a ella para la adjudicación de las obras.

De todos modos, a medida que la empresa realice trabajos y se haga más conocida, será el cliente el que inicie el primer contacto, sobre todo en el caso de los particulares.

14.2.6 Análisis de la situación actual en la actividad de la construcción

- MERCADO: Donde confluyen la oferta y demanda. (8)
- DEMANDA: Cantidad de bienes y servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (9)
- OFERTA: La cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender. (10)

Determinar las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Al igual que la demanda está sujeta a diversos factores:

- Precios
- Volumen de producción
- Competencia

Tener en cuenta los tipos de demandas que tenemos a nuestro alrededor

- Demanda insatisfecha
- Demanda satisfecha
 - ✓ Saturada
 - ✓ Insaturada

8. P. BONTA Y M. FARBER, 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad, Grupo Editorial Norma, Pág. 19.

9. ANDRADE SIMÓN, Diccionario de la economía, Editorial Andrade, Tercera Edición, Pág. 215.

10. MANKIWI GREGORY, MC GRAW HIK, Principios de Economía, tercera Edición, Pág. 47

¿Para qué se hace un estudio de mercado?

- Ratificar la existencia de una necesidad en el mercado.
- Dimensionar la magnitud de la necesidad.
- Canales de comercialización.
- Dar idea del riesgo

14.2.7 Nichos de mercado en el sector de la construcción

Para detectar nichos de mercado es esencial conocer la realidad que lo rodea. En ocasiones existen determinadas situaciones o cambios que implican necesidades aún no satisfechas. Su descubrimiento y el diseño de un producto y/o servicio adaptado a las mismas puede ser una excelente oportunidad de negocio.

Situaciones o circunstancias en las que las empresas han encontrado su nicho de mercado:

- **CAMBIOS SOCIALES:** que pueden derivarse del envejecimiento de la población, el aumento de la inmigración, diversidad racial, cultural, religiosa, la incorporación de la mujer al mercado laboral, el aumento del número de hogares unipersonales o de familias formadas por una sola persona progenitora y su prole.
- **SITUACIÓN ECONÓMICA, POLÍTICA.**
- **CONDICIONES GEOGRÁFICAS, CLIMÁTICAS, CULTURALES**
- Comercialización de productos y/o servicios diseñados para ser utilizados por personas que hasta ahora no accedían fácilmente a ellos (no existían o no cubrían sus necesidades específicas) por distintos motivos. Ejemplo:
 - ✓ Capacidad económica

- ✓ Distanciamiento, imposibilidad o dificultad para desplazarse a un establecimiento físico.
- ✓ Nuevas formas de vida, circunstancias personales, ideología, creencia, inquietudes.

14.2.8 Los clientes

La composición de la cartera de clientes de estas empresas varía en función del tamaño que tengan y del entorno en el que se ubiquen.

En la Ley de Ordenación de la Edificación se define como promotor a la "persona, física o jurídica, pública o privada, que individual o colectivamente, decide, impulsa, programa y financia, con recursos propios o ajenos, las obras de edificación para sí o para su posterior enajenación, entrega o cesión a terceros bajo cualquier título". Lo que significa que las empresas constructoras pueden trabajar para empresas promotoras, otras empresas constructoras, clientes particulares y Administración.

Las promotoras constituyen uno de los clientes principales con los que trabaja la pequeña empresa constructora, ya que la contratación con la administración requiere unas determinadas condiciones que las empresas pequeñas a veces no pueden cumplir. En el caso de proyectos de empresas promotoras, la empresa constructora se encarga de iniciar el proyecto de construcción. Por regla general es la propietaria del terreno y encarga el proyecto a un estudio de arquitectos o a un profesional independiente.

Los particulares demandan, principalmente, la construcción de viviendas unifamiliares o la rehabilitación de las mismas. En este caso, el cliente contrata los servicios de la empresa constructora una vez que el estudio de arquitectos haya cerrado el proyecto. Los aspectos que tienen en cuenta son la calidad de los acabados, el asesoramiento que reciba del propio personal

de la empresa y, principalmente, el consejo de algún amigo o conocido que haya recibido los servicios de la empresa de forma satisfactoria. Este tipo de clientes valora el precio en una menor medida.

14.2.9 Recomendaciones (alianzas estratégicas)

- No desgastarse en buscar clientes cuando quizá otro ya lo hizo.
- Buscar empresas aliadas cuyo negocio no sea competencia del suyo, pero que compartan el mismo mercado.
- Generar sinergia con empresas que ya recorrieron el camino y tienen una buena cartera de clientes a la que se podría accezar.
- Una alianza implica una relación GANAR – GANAR, así que se debe establecer tratos justos y equitativos.

14.3 CONTEXTO FÍSICO ESPACIAL

14.3.1 Geo referencia: factores influyentes en la ubicación de la empresa

Con el objetivo de disponer de información geoespacial que apoye el proceso de Planificación Territorial, el Sistema Nacional de Información definió el proceso de geo-referenciación de los proyectos de inversiones públicas y privadas.

Es preciso analizar tanto los recursos existentes como los que se esperan en el futuro. Muchas veces el tamaño está sujeto más que a la cantidad demandada, a la estrategia comercial que se defina como la más rentable o segura para el proyecto.

La ubicación de un proyecto no obedece sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales y preferencias emocionales, el análisis se realiza de forma integrada con la demanda, el transporte, la competencia etc.

La localización incluye más de una solución factible adecuada, busca principalmente la ubicación que permita las mayores ganancias entre las alternativas consideradas factibles.

TIPOS DE LOCALIZACIÓN

- Macro localización: selección general de la zona que cumpla con los requerimientos.
- Micro localización: análisis más detallado en donde se tienen en cuenta aspectos como políticas impositivas, influencias climáticas, transporte etc.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

FACTORES DE LOCALIZACIÓN MÁS IMPORTANTES

- Medios y costo de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y suministros
- Comunicaciones
- Disposición de desechos

14.3.2 Recursos físicos para el desarrollo de la empresa de construcción

Los recursos físicos de una empresa son todos los bienes tangibles, en poder de la empresa, que son susceptibles de ser utilizados para el logro de los objetivos de la misma.

La administración debe velar por la calidad, cantidad y el tipo de recursos físicos de la empresa. Es fundamental tener en cuenta el costo de oportunidad de los mismos, por ejemplo, tener una amplia cartera de productos terminados a ofrecer puede ser una fortaleza si se espera un pico de

demanda, pero si la demanda de productos terminados es estable, habrá que analizar si se podrían haber ahorrado costos de producción, o si el almacenamiento de los mismos genera costos, en la construcción hay factores físicos en los cuales se hacen necesarias las inversiones en pro del beneficio en el tiempo, es común la inversión en recursos físicos en obra que por su magnitud y tiempos de permanencia en la misma no son rentables su alquiler versus el precio de compra, pero juega el papel del almacenamiento como un factor a sopesar en este caso preciso y al igual que en la obra la empresa en su nivel general puede generar estas inversiones en cada aspecto que le concierne bien sea bienes muebles o inmuebles siempre en medida de su crecimiento y capacidad, sin hacer gastos que no repercutan positiva mente en el crecimiento de la misma.

Del mismo modo, la compra de una maquinaria de última tecnología puede estar justificada, pero hay ocasiones en que puede ser una decisión equivocada, por ejemplo si los recursos humanos no son los adecuados para la maquinaria, debido a su falta de conocimientos, o bien si se pueden gastar los recursos financieros en otras inversiones más necesarias, por ejemplo, en el equipamiento de los obreros.

Ejemplos de recursos físicos de una empresa de construcción son:

- Bienes inmuebles: oficinas, casa de ventas, terrenos, bodegas, etc.
- Maquinaria pesada y básica.
- Automóviles, Camiones y volquetas.
- Insumos para la producción: materiales y mano de obra calificada.
- Material de oficina: computadoras, escritorios, muebles, impresoras, teléfonos y radios comunicadores.
- Productos terminados: disponibles para la venta o muestrarios.

- Publicidad.

14.3.3 Recomendaciones (alianzas estratégicas)

La recomendación más importante a hacer es que se debe hacer varias visitas y estudios para saber en qué lugar se va a ubicar la empresa; para así poder tener la seguridad de que no tendrán dificultades o pérdidas.

Debemos poner en práctica los factores de localización para la economía de la empresa, tener cercanía al nicho del mercado.

14.4 CONTEXTO FINANCIERO

14.4.1 Análisis y clasificación de empresas

La clasificación que se tiene se centra en el análisis sobre los tipos de empresas más habituales con las que los trabajadores pueden encontrarse al incorporarse al mundo laboral.

14.4.2 Utilidades y rentabilidad

El sector de la construcción pasa por un momento donde los gobiernos ven la oportunidad de incentivar el crecimiento económico y vencimiento del desempleo, generando una posibilidad de lujo para que el empresario con suficiente conocimiento del sector haga un aprovechamiento más allá de la rentabilidad de otros sectores aportando así al crecimiento y proyecciones de un país como al crecimiento de su propio patrimonio, aprovechando oportunidades de mercado en el sector de la construcción como el auge del consumo de vivienda por sector privado y la necesidad de infraestructura en el sector estatal ambas oportunidades de negocio con un alto índice de utilidad basado en el desarrollo concienzudo y de calidad del trabajo.

14.4.3 Tipología de empresas

Los criterios de clasificación de las empresas son las siguientes:

El tamaño

Algunas de las clasificaciones sobre las empresas utilizan este criterio para distinguir unas organizaciones de otras. En realidad, se pueden usar parámetros muy diferentes para medir el tamaño de las empresas. En función del número de trabajadores, se diferencia entre:

- Microempresas. Su plantilla está formada por un número de trabajadores comprendido entre uno y cinco.
- Pequeñas empresas. Tienen de seis a 50 trabajadores.
- Empresas medianas. Cuentan con un número de trabajadores que está comprendido entre 51 y 500.
- Grandes empresas. Cuentan con más de 500 trabajadores.
- Otros criterios combinan varios parámetros, como número de trabajadores, activo y cifra de negocios

Origen del capital

- Cuando el capital para la creación de la empresa se aporta y está en manos privadas, estamos ante una empresa privada.
- Una de carácter mercantilista. A través de algunas de sus empresas se presenta en el mercado con el fin de competir y obtener beneficios. En otras ocasiones busca cubrir necesidades básicas de la población.
- Empresas mixtas son aquellas en las que el capital es en parte privado y en parte público.

El costo de la producción

Los costos de producción son los gastos necesarios para mantener un proyecto, son la línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una empresa de construcción, la diferencia entre el ingreso por ventas este costo de producción indica el beneficio bruto o la rentabilidad obtenida.

Entre ellos están:

- Insumos

- Materiales
- Mano De Obra
- Renta
- Alquiler
- Transporte
- Administración
- Imprevistos
- Equipos
- Publicidad
- Gastos De Representación

14.4.4 El ámbito geográfico de desarrollo de la actividad

Lugar de posicionamiento de la empresa debe ser la más adecuada; esta es la ubicación que tendremos para iniciar la empresa de construcciones.

14.4.5 El sector económico

El sector económico al que ahora se enfrenta es muy amplio y muestra a simple vista buenos prospectos pero no se debe confiar hay que hacer los diferentes estudios para saber si el medio al que nos vamos a enfrentar es confiable.

14.4.6 El número de productos o servicios que constituyen su objeto

Como es una empresa constructora se van a vender productos y servicios estos se pueden cuantificar con proyectos de construcciones (teniendo en cuenta el número de cantidades de obras y proyectos).

14.4.7 El nivel de delegación en la toma de decisiones

La delegación de decisiones las tomaría según la empresa como se forme, cabe recordar los tipos de empresas existentes, el organigrama de la empresa; cada zona de trabajo tiene una persona encargada de tomar decisiones en el instante pero esta luego serán consultadas con los gerentes e ingenieros respectivos.

Un análisis sobre la empresa nos permite acercarnos a algunas de las clasificaciones que sobre esta materia se han hecho. La clasificación de las empresas no es una tarea fácil en la actualidad, por varios motivos: existe un número inmenso de organizaciones de este tipo; las actividades a las que se dedican son variadísimas; también son muy variadas sus estructuras organizativas y productivas; pueden tomar tamaños y formas jurídicas muy distintas; existen fines y objetivos innumerables; y como vemos, los criterios de clasificación tampoco facilitan la tarea.

14.4.8 Consecución de recursos

Alcanzar la estabilidad financiera es uno de los grandes propósitos de las organizaciones sociales e implica, no solamente contar con los recursos para cubrir los costos administrativos, sino también con la capacidad para asumir nuevos retos que permitan alcanzar la misión-visión y avanzar en la transformación de la problemática con la cual se está comprometido. Lo anterior exige la comprensión y desarrollo de la organización como un todo, articulado e interdependiente, que invierte esfuerzos y desarrolla acciones de diferente tipo (administrativo, financiero, técnico, asistencial y operativo) para dar respuestas efectivas a través del tiempo.

FUENTES DE FINANCIACIÓN (11)

11. LOPEZ FERNANDO, 20 de septiembre de 2015, Tipos de financiación, Recuperado de: http://ceeim.es/financ_2.asp?area=&ta=&pub=

- Ahorros
- Bancos
- Socios
- Estado
- Entidad No Banco
- Empresas De Leasing
- Empresas De Factoring
- Proveedores
- Emisiones De Acción
- Bonos
- Canjes O Trueques Con Otras Empresas
- Inversiones
- Convenios

FORMAS DE FINANCIACIÓN (12)

- Ahorros propios invertidos en la empresa
- Créditos bancarios
- Aporte de socios en capital
- Subsidios para la labor a desempeñar
- Prestamos privados
- Leasing

12. JUANA DE RODOLFO,08 de octubre de 2014,Estas son las 10 mejores formas de financiar tu negocio, Recuperado de : <http://www.muypymes.com/2014/10/08/estas-son-las-10-mejores-formas-de-financiar-tu-negocio>

- Factoring
- Emisión de acciones
- Bonos empresariales

14.4.9 Consideraciones del contexto financiero

Tener la estabilidad financiera significa asegurar la generación de ingresos en forma constante, a largo plazo, que permita desarrollar los diferentes procesos organizacionales, obtener los resultados planteados en los objetivos y obtener un excedente que permita reinvertir en el objeto social de la organización. Para establecer una propuesta de desarrollo de recursos que sea sistemática, la organización requiere:

- Identificar las diferentes fuentes y alternativas de financiación y determinar su modelo de financiamiento.
- Definir y diseñar las estrategias y proyectar su modelo financiero para el futuro.
- Suministrar a los participantes una guía básica para identificar, seleccionar, formular, ejecutar y evaluar proyectos institucionales como herramienta en la consecución de recursos.

14.5 CONTEXTO TÉCNICO

14.5.1 Recurso profesional

Personal capacitado para los trabajos de la construcción; como lo son Ingenieros especializados (en estructuras, en suelos, vías) arquitectos, constructores, contratistas y subcontratistas. Personal para trabajos pesados mano de obra no calificada

También es necesario personas capacitadas en administración de empresa, gerentes de proyectos.

14.5.2 Recursos tecnológicos

Un recurso es un medio que permite satisfacer necesidades o alcanzar objetivos.

Los recursos tecnológicos sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y muchas veces en la preferencia del cliente o consumidor final.

Los recursos tecnológicos incluyen herramientas, equipos, instrumentos, materiales, máquinas, dispositivos y software específicos necesarios para lograr el propósito técnico establecido. Por su parte, los recursos transversales son de tipo intangible, y pueden ser identificados como capital intelectual (estructural y humano) o de manera más general como información y conocimiento.

14.5.3 Organización reglamentaria

Reglamentos rígidos y preestablecidos. Es una organización que obedece a unos reglamentos rígidos establecidos de antemano de forma que esos reglamentos condicionan la forma de

actuación. Tiene una ventaja importante que es la de dar la misma respuesta ante problemas iguales planteados en sitios distintos.

14.5.4 Organización lineal

Línea perfectamente establecida y clara en la transmisión de órdenes, actuaciones, obligaciones y responsabilidades. Ventajas: la rapidez, las órdenes se ejecutan con muchas celeridades.

Dentro de la obra la organización es lineal.

- **PLANIFICACIÓN:** "Es el hecho de hacer el plan o proyecto de una acción".
- **PLANIFICAR:** Es el conjunto de organización, planificación, ejecución y gestión.
- **ORGANIZACIÓN:** "Es la acción de establecer o reformar una cosa, sujetando a reglas el número, orden, armonía y dependencia de las partes que la componen o han de componerla".
- **PROGRAMACIÓN:** "Es la acción de coordinar en el tiempo y en el espacio las distintas partes que intervienen y son necesarias para la realización de la obra, fijando la interdependencia entre ellos".
- **EJECUCIÓN:** "La acción de poner por obra una cosa". Es la acción de materializar lo que estamos programando.
- **CONTROL:** "Inspección, fiscalización, intervención".
- **GESTIÓN:** "Es la acción y efecto de administrar".

14.5.5 Ventajas y problemas que presenta una organización de obras

VENTAJAS:

- Económicas, temporales, de orden.

PROBLEMAS:

- UNIDAD DE PRODUCCIÓN: Cada unidad es diferente. La unidad a producir es siempre distinta, no hay dos obras iguales.
- EMPLAZAMIENTO: Diferente. No se hacen dos obras en el mismo sitio.
- CONSIDERACIONES CLIMÁTICAS: Trabajo intemperie.
- FORMACIÓN DEL PERSONAL: Personal con escasa cualificación profesional.
- PROYECTO: Incompleto y sujeto a continuos cambios. El proyecto no suele tener un nivel de definición suficiente a la hora de comenzar la obra y se encuentra sujeto a continuos cambios.

15. CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo se puede dar respuesta a los pasos iniciales para formular una empresa del sector de la construcción, definen procesos básicos para la creación de una empresa en los aspectos sociales, ambientales, financieros, legales y técnicos además de sistemas de verificación para estos mismos aspectos. Gracias a esta guía las personas que la aborden podrán contextualizar un poco más claro el difícil proceso de la creación de una empresa de construcción, entendiendo una buena parte de los peligros pros y contras de la misma a partir de los diferentes factores que le conciernen en los procesos operativos financieros legales y una gran serie de subniveles de estos.

Las Empresas constituyen una unidad económica imprescindible en el desarrollo y avance del proceso económico del País y del mundo. Estas unidades económicas son organismos creadores de fuentes de trabajo y a su vez se convierten en satisfactores de las necesidades colectivas de la comunidad a través de la producción de bienes y servicios.

El establecimiento y el logro de los objetivos son misiones para cualquier empresa, así como también los obstáculos que tendrán que ser superados para lograr el éxito es sorprendentemente similar en todas las empresas y principalmente el éxito de la organización depende de su estructura organizativa, para así contribuir de la mejor manera al progreso de la sociedad mundial.

El que se aborden estos temas ayudará en gran medida al sector de la construcción de la vivienda a que incentive la definición de procesos claros y consecuentes en la creación de empresa en el

sector además de apoyar la creación de nuevas empresas con nuevas ideas e innovadoras propuestas.

Considerar siempre la conformación de las fases de proyectos ayudará a poder ejercer un control que gestione eficazmente la conformación de una empresa.

16. BIBLIOGRAFÍA

1. DEFINICIÓN ABC, Definición de Estrategia. Disponible en Portal Definiciones ABC. Disponible en <http://www.definicionabc.com/general/estrategia.php#ixzz32v8lkUPp> [citado el 25 de mayo de 2014, 2:00pm].
2. ICONTEC. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas. Bogotá: ICONTEC, 2008 110 p.
3. KOMIYA, Arturo. La planeación estratégica. Disponible en página web Crece Negocio. Disponible en <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/> [citado el 20 de mayo de 2014,7:00pm].
4. SCRIBD, Tipos de sociedades. Disponible en SCRIBD. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/1251808/Tipos-de-sociedades-en-colombia#scribd> [citado el 25 de mayo de 2014, 5:00pm].
5. EL EMPLEO, Pasos para crear empresa en Colombia. Disponible en página web Empleo. Disponible en http://www.empleo.com/colombia/noticias_laborales/pasos-para-crear-empresa-en-colombia/6585309 [citado el 04 de abril de 2014,1:00pm].
6. MONOGRAFÍAS.COM, El método DOFA. El método DOFA, un método muy utilizado para diagnóstico de vulnerabilidad y planeación estratégica. Disponible en http://www.cabinas.net/monografias/administracion_empresas/el_metodo_dofa.asp [citado el 13 de junio de 2014, 6:00pm]

7. CÁMARA DE COMERCIO de Medellín para Antioquia, Buenas prácticas empresariales. Disponible en <http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Consolidacion-empresarial/Buenas-practicas-empresariales.aspx>
[Citado el 22 de mayo de 2014, 3:00pm].
8. AULA FÁCIL, La planificación, Disponible en página web Aulafacil, Disponible en <http://www.aulafacil.com/cursos/119666/empresa/administracion/administracion-de-empresas/la-planificacion> [Citado el 15 de abril de 2014, 4:00pm].
9. DEFINICIÓN DE, Plan de negocios, Disponible en página web Definicion.de, Disponible en <http://definicion.de/plan-de-negocios/>[Citado el 10 de abril de 2014, 9:00pm].
10. JUNTA DE ANDALUCIA, Procedimiento seguimiento y control del proyecto, Disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/servicios/madeja/contenido/procedimiento/28> [citado el 28 de mayo de 2014, 7:45pm]
11. THOMPSON, Iván. La Pequeña Empresa. Disponible en página web Promonegocios.net [en línea], 2007. Disponible en <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>. [Citado el 25 mayo 2014, 2:00pm].
12. ¿Qué es la mediana empresa? Disponible en https://www.bmi.gob.sv/portal/page?_pageid=39,67271&_dad=portal&_schema=PORTAL [citado el 4 de junio de 2014, 7:00pm]
13. BACA, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Análisis y Administración de Riesgos, 4a edición, México. Mc. Graw Hill. Año 2002.
14. MARTINEZ G. Y PELLICER E., Organización y gestión de proyectos y obras, Madrid Mc. Graw Hill. Año 2007

15. SAPAG N Y SAPAG R., Preparación y evaluación de proyectos, 3a edición, Colombia. Mc. Graw Hill.
Año 1995.