

Creando empresas de valor

Fomento a la creación de valor económico y social, desde las empresas en Honduras, Centroamérica

Carlos David Coca Singh

carlos.coca@unah.edu.hn

Docente Investigador, Administración de Empresas.
Universidad Nacional Autónoma de Honduras, UNAH.
San Pedro Sula – Honduras.
<https://orcid.org/0000-0001-7451-8089>

RESUMEN

La situación que estamos viviendo en la sociedad del siglo XXI nos obliga a reflexionar sobre la decadencia moral y la práctica de antivalores en el comportamiento de las personas y como sus acciones inciden negativamente en las relaciones familiares, sociales y laborales, al grado de acentuarse cada día más haciendo cuesta arriba la lucha contra grandes desafíos como la discriminación, la desigualdad, la corrupción y la pobreza extrema.

Consecuentemente han surgido iniciativas a nivel global enmarcadas en los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) formalizados e impulsados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los cuales sirven de base para la creación de estrategias públicas en los países y sectores empresariales privados con los que se pueda dar respuesta a la consecución de estos objetivos trazados al 2030.

Es muy satisfactorio presentar las formas como una empresa bien administrada puede cambiar la vida de las personas que participan en ella, sus propietarios, colaboradores, proveedores directos e indirectos y también generar impactos positivos en la sociedad en su lucha contra los grandes retos mencionados anteriormente.

Palabras clave: valores; creación; empresas; ética; gerentes

Creating value companies

Promotion of the creation of economic and social value, from companies in Honduras, Central America

ABSTRACT

The situation that we are experiencing in the 21st century society forces us to reflect on the moral decadence and the practice of anti-values in the behavior of people and how their actions have a negative impact on family, social and work relationships, to the degree of accentuating each day more making the fight against great challenges such as discrimination, inequality, corruption and extreme poverty uphill.

Consequently, initiatives have emerged at a global level framed in the sustainable development goals (SDG) formalized and promoted by the United Nations Organization (UN), which serve as the basis for the creation of public strategies in countries and private business sectors with those that can respond to the achievement of these objectives set for 2030.

It is very satisfying to present the ways in which a well-managed company can change the lives of the people who participate in it, its owners, collaborators, direct and indirect suppliers, and also generate positive impacts on society in its fight against the great challenges mentioned above.

Keywords: *values; creation; companies; ethics; managers*

INTRODUCCIÓN

En este libro se presenta la información ordenada en el entorno de Honduras y en la región de Centroamérica, para construir una empresa basada fundamentalmente en aspectos relacionados a las capacidades y habilidades individuales que el dueño de la idea o emprendedor tiene, ya que en la mayoría de los casos los inversionistas consideran que esas aptitudes de los empresarios que estarán al frente de las operaciones en la empresa son de igual importancia como los indicadores financieros que arrojan los análisis de los estudios de mercado y en especial el financiero.

En segundo aspecto, se hace un recuento de las principales practicas donde se fundamenta una empresa, especialmente en materia de justificación basada en estudios de mercado, estudios de organización legal y de recursos humanos, en materia de producción del bien o servicio y sobre todo la fundamentación basada en los números, por medio de proyecciones con el insumo recolectado con lo que se tiene una versión muy cercana a la realidad.

También más adelante, en el capítulo III se documenta todo el proceso para la construcción de una filosofía empresarial, constituida por la declaración de misión, la descripción de la visión de la empresa y llegando a establecer los valores organizacionales que le darán vida al negocio, empresa u organización.

Y para finalizar se presenta en el capítulo IV un camino a seguir con los valores esenciales para toda persona que constituyen el fundamento donde se sentaran las bases como individuo en el proceso para ser un líder en cualquier organización y que con acciones gerenciales de los empresarios o emprendedores, es decir que se aborda lo concerniente a trabajar el ser interior para poder ser ejemplo a su familia, colaboradores y en la comunidad, con ello se podrá crear empresas con valor, ya que la sociedad las necesita urgentemente.

La obra **“CREANDO EMPRESAS DE VALOR”**, presenta al final del contenido como una propuesta en el capítulo V acerca de algunos modelos estratégicos para generar valor economico y social que en la actualidad se están implementando en diferentes industrias alrededor del mundo, tales como: La Responsabilidad Social Empresarial, La Economía Solidaria y Colaborativa, Las Empresas de Triple Impacto, La Economía Circular y Las Empresas Tipo B.

En cada uno de estos aspectos del capítulo final se puede revisar la conceptualización teórica, pero sobre todo apreciar como lo llevan a la práctica en las grandes, medianas y pequeñas empresas a nivel global, así como ejercicios de análisis y reflexión.

METODOLOGÍA

La metodología en este trabajo académico y estudio de investigación que ha servido de base para la publicación del libro, es de tipo descriptivo con diseño documental con un enfoque cualitativo al recopilar, analizar y seleccionar la información a través de la lectura de documentos, artículos científicos, revistas especializadas y bibliografía temática.

El trabajo académico y científico se llevó a cabo en alrededor de doce meses en labores de investigación con lecturas y análisis se le da estructura al contenido, con énfasis en presentar tópicos de interés que permitan abordar respuestas a los problemas encontrados en las diversas fuentes e investigaciones de acuerdo con la bibliografía, en relación con la situación actual de la práctica de valores en las empresas y las opciones que tienen los emprendedores o empresarios a la hora de poner en marcha los proyectos.

Consecuentemente se preparó el plan de revisión, diseño, edición y publicación para ponerlo a disposición del público en Honduras, especialmente para proveer una herramienta de lectura que contribuya a fomentar la creación de valor desde las empresas a la sociedad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El aporte al conocimiento y transferencia hacia la sociedad del trabajo académico plasmado en el libro **“Creando Empresas de Valor”** muestra los siguientes elementos a destacar:

- La situación que estamos viviendo en la sociedad del siglo XXI nos obliga a reflexionar sobre la decadencia moral y la práctica de antivalores en el comportamiento de las personas y como sus acciones inciden negativamente en las relaciones familiares, sociales y laborales, al grado de acentuarse cada día más, haciendo cuesta arriba la lucha contra grandes desafíos como la discriminación, la desigualdad, la corrupción y la pobreza extrema.
- Las iniciativas a nivel global enmarcadas en los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) formalizados e impulsados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sirven de base

para la creación de estrategias públicas en los países y sectores empresariales privados con los que se pueda dar respuesta a la consecución de estos objetivos trazados al 2030.

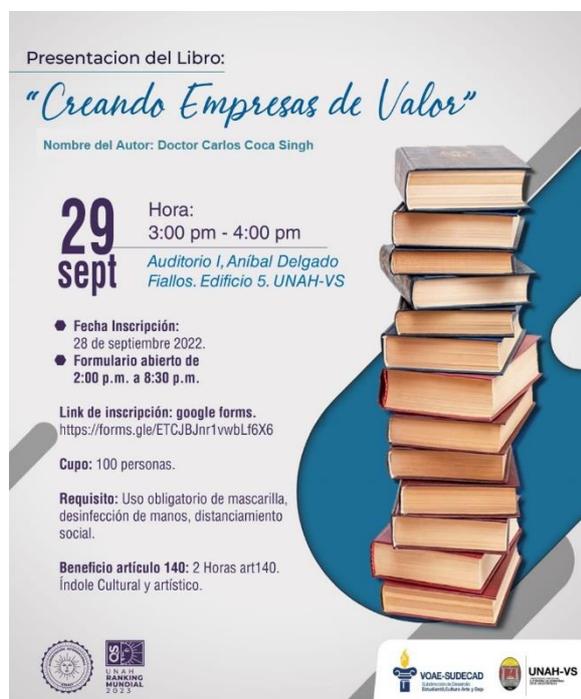
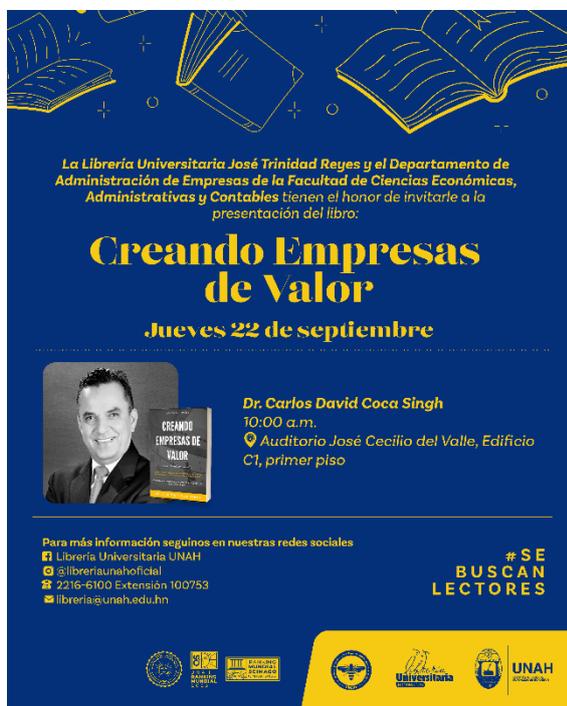
- Todo el material propuesto es totalmente aplicable en los países centroamericanos ya que los contextos y los indicadores macroeconómicos y microeconómicos en términos empresariales son muy similares.
- Se presentan formas como una empresa bien administrada puede cambiar la vida de las personas que participan en ella, sus propietarios, colaboradores, proveedores directos e indirectos y también generar impactos positivos en la sociedad en su lucha contra los grandes retos en la sociedad del siglo XXI.
- El libro se presenta la información ordenada para construir una empresa basada fundamentalmente en aspectos relacionados a las capacidades y habilidades individuales que el dueño de la idea o emprendedor tiene.
- En el material y contenido, se hace un recuento de las principales practicas donde se fundamenta una empresa, especialmente en materia de justificación basada en estudios de mercado, estudios de organización legal y de recursos humanos, en materia de producción del bien o servicio y sobre todo la fundamentación basada en los números, por medio de proyecciones financieras.
- Se documenta todo el proceso para la construcción de una filosofía empresarial, constituida por la declaración de misión, la descripción de la visión de la empresa y llegando a establecer los valores organizacionales que le darán vida al negocio, empresa u organización.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS

Figura N°1: Portada de libro, fuente propia del autor



Figura N°2: Invitaciones emitidas para lanzamiento, fuente Librería Universitaria y VOAE SUDECAD, UNAH.



CONCLUSIONES

Los empresarios o emprendedores en cualquier latitud en el mundo pueden cambiar la forma de vida de ellos mismos, de sus colaboradores, de sus proveedores y en su comunidad, al ser un referente de hacer las cosas bien, de una manera ordenada, justa, honesta y con la responsabilidad social necesaria para mantener el balance y equilibrio en el medio que nos rodea.

Se pueden cambiar las malas prácticas o malos hábitos en diversas industrias y afianzar los fundamentos individuales y empresariales presentados en este libro para convertir a las organizaciones en “empresas de valor” y en las que exista verdadera confianza para invertir con la visión puesta en el horizonte, la cual nos traerá sustentabilidad, justicia y dignidad como sociedad.

La publicación de este libro y puesta a disposición como producto académico, es el resultado de transferir el conocimiento y la vinculación desde la academia a la sociedad, por lo que está disponible para toda la comunidad y sociedad en general en la Librería Universitaria de UNAH-Ciudad

Universitaria en Tegucigalpa y en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras en el Valle de Sula en San Pedro Sula, Honduras, asimismo a la orden en demanda por medio de la plataforma de comercio Amazon.

LISTA DE REFERENCIAS

Banco Mundial. (2000). *Informe Anual*. Santiago, Chile: Banco Mundial.

Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: MCA Editores.

Carnegie, D. (2017). *El arte de hablar en publico*. Mexico: Taller del exito.

CEPAL. (2020). *Estudio Economico para America Latina y el Caribe*. Santiago, Chile: Naciones Unidas.

Economia solidaria. (23 de 8 de 2020). *El portal de la economia solidaria*. Recuperado el 11 de 11 de 2020, de <https://www.economiasolidaria.org/noticias/la-economia-solidaria-gana-protagonismo-en-argentina-ante-la-crisis-provocada-por-la-pandemia/>

Economia solidaria.org. (23 de 8 de 2020). *El portal de la economia solidaria*. Recuperado el 11 de 11 de 2020, de <https://www.economiasolidaria.org/noticias/la-economia-solidaria-gana-protagonismo-en-argentina-ante-la-crisis-provocada-por-la-pandemia/>

Fox Cabane, O. (2012). *El mito del carisma*. Buenos Aires, Argentina: Empresa Activa.

Goleman, D. (2013). *Focus*. Barcelona, España: Kairos.

Hill, N. (2016). *La actitud mental positiva*. Madrid: De bolsillo.

Hill, N. (2017). *La actitud mental positiva*. Madrid : De Bolsillo.

Klaric, J. (2015). *Vendele a la mente, no a la gente*. San Francisco, USA: Google Books.

Mora, M. (11 de 10 de 2017). *Rankia*. Recuperado el 11 de 11 de 2020, de <https://www.rankia.mx/blog/punto-equilibrio/3708262-responsabilidad-social-empresa-como-logra>

Olivares, D. (11 de 10 de 2019). *Muy Pymes*. Recuperado el 2 de 12 de 2020, de <https://www.muypymes.com/2019/10/11/cotec-asegura-que-es-necesario-acelerar-determinados-cambios-en-la-sociedad-para-dirigirnos-hacia-una-economia-circular>

Red Kopora. (8 de 7 de 2020). *Red Kopora*. Recuperado el 20 de 11 de 2020, de <https://redkopora.com/desarollo-sostenible/que-son-las-empresas-de-triple-impacto/>

Sarramona Lopez, J. (1999). La autoformacion en la sociedad congnitiva. *Ried* , 3.

Sistema B. (30 de 6 de 2017). *Sistema B.org*. Recuperado el 3 de 12 de 2020, de <https://sistemab.org/en/how-can-i-join/>