

# Prólogo

El contexto actual del sector empresarial concibe a las unidades económicas generadoras de valor, como una pieza clave en el desarrollo de cualquier país o región, en este sentido la interrelación entre las características propias de la organización, las políticas públicas, las peculiaridades y necesidades de los mercados, el desarrollo estructural regional, entre otras, dan pie al éxito o fracaso de las compañías. Diversos estudios han mostrado la necesidad de construir nuevos conocimientos a partir de las fortalezas de cada uno de los actores que intervienen en las cadenas de valor, así como de las obligaciones que como empresarios se tienen hacia la sostenibilidad local, regional y mundial.

En este libro convergen textos de autores de cinco instituciones de educación superior de diferentes entidades del país para abordar, desde diversos puntos de vista, la complejidad de las cadenas de valor. Con lo anterior, la participación de los autores en diferentes campos del conocimiento contribuye a la conso-

lidación de aportaciones alrededor de los procesos productivos y organizativos de las Unidades Económicas, quienes advierten la generación de valor en las organizaciones y de manera directa, con las LGAC del Cuerpo Académico en Consolidación Competitividad y Cadena de Valor. Consta de seis capítulos en los cuales los autores correspondientes, exponen varios enfoques para contextualizar el entorno y las perspectivas de las organizaciones para la búsqueda de mejores condiciones para su desarrollo propio y el de la región donde se desempeñan.

Las dinámicas que se presentan en los procesos de construcción de riqueza en el campo mexicano se muestran en el capítulo primero. A partir de la identificación de esos problemas estructurales que como sociedad se tienen, específicamente en el sector primario de la economía nacional, se detectan habilidades a desarrollar para alcanzar impactos económicos y sociales de las organizaciones del sector rural.

Las capacidades para adquirir conocimientos que se debieran alcanzar por parte de los empresarios se señalan en el capítulo segundo. El contexto actual de las economías de escala en las que se desempeñan las empresas, muestra la vulnerabilidad de las organizaciones que no se preparan para competir con otras que sí han logrado adaptarse a este cambiante mercado. Los efectos de las capacidades para adquirir conocimientos tendrán beneficios a largo plazo en las empresas, con lo cual, podrán hacer frente a los cambios que se generen en los mercados y en la optimización de los recursos disponibles.

El tercer capítulo aborda cómo los integrantes de la familia asumen roles de importancia para el desarrollo y consolidación de las empresas. Los retos a los que se enfrentan las empresas familiares no son iguales a los de cualquier otro tipo de empresas, ya que los lazos afectivos también forman parte de los obstáculos a superar en la toma de decisiones.

Por varios años, las organizaciones del sector primario en México han tenido dificultades para conjuntarse en la búsqueda de beneficios comunes, algunos esquemas de asociatividad entre productores agrícolas en el Altiplano Mexicano se muestran en el cuarto capítulo. La integración y coordinación entre diferentes eslabones de las cadenas productivas agroalimentarias pudieran ser un detonante del desarrollo del sector y por ende del incremento de la competitividad de las unidades económicas que intervienen en esos procesos de generación de valor.

La cooperación interempresarial como medio para la consolidación de las organizaciones se señala en el quinto capítulo. En esta revisión de literatura, se muestran diversas características inherentes al ser humano que se manifiestan como retos a superar para la consolidación de las relaciones de confianza en las empresas. El fortalecimiento de estos lazos tiene como fin último, la consolidación de la reputación colectiva de la empresa.

Finalmente, el sexto capítulo aborda las percepciones de jóvenes universitarios respecto al consumo responsable. Los análisis realizados por este grupo de investigadores muestran la necesidad de resaltar los impactos que pudieran tener los productos en el medioambiente y que las empresas construyan nuevos mecanismos de mercadeo para satisfacer las necesidades de sus clientes a través de productos y procesos amigables con el medioambiente.

Las perspectivas organizacionales en el sector empresarial se ven influenciadas por cada uno de los actores que intervienen en sus procesos. El contexto en el cual se desempeñan y la generación de valor, darán pie a la búsqueda de alternativas para superar los retos que como organizaciones se tienen, esto a través de la colaboración y confianza interempresarial, también con las relaciones con otros actores de las cadenas productivas, así como la habilitación y adopción de conocimientos para la disminución de la pobreza y el incremento de las oportunidades para el desarrollo local, regional y nacional.

