

# PROYECCIÓN DE LAS EMPRESAS NACIONALES EN EL SIGLO XXI

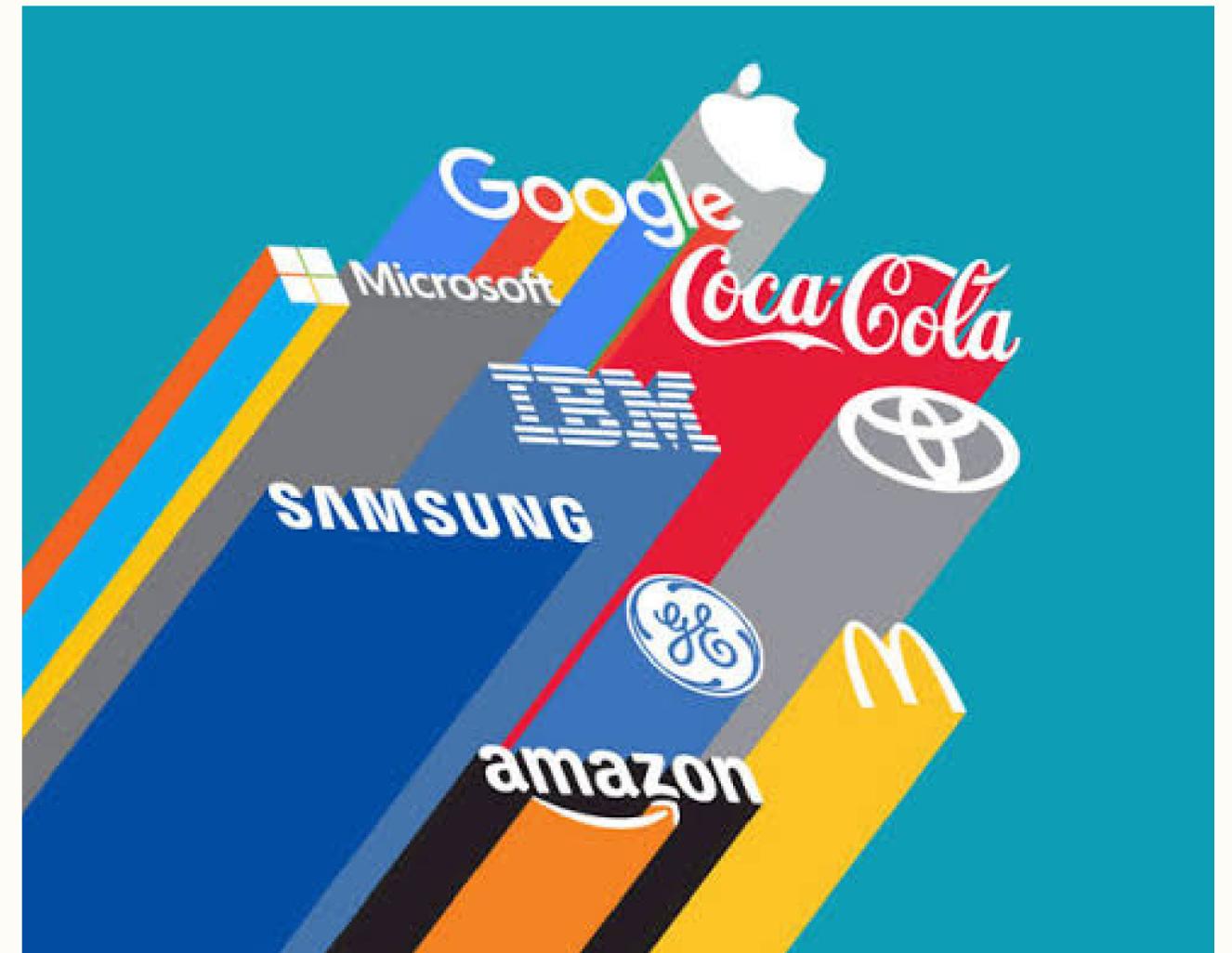
ELABORÓ DULCE RODRIGUEZ ROMERO

ANTE LAS EMPRESAS, LOS MERCADOS HAN EVOLUCIONADO, TANTO PARA LOS PRODUCTOS TRADICIONALES COMO PARA LOS PRODUCTOS NUEVOS Y EN AMBOS CASOS, LOS NUEVOS RECURSOS DE CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN GENERADOS VÍA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, HAN PERMITIDO INNOVAR Y CONFIGURAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MATERIALES PARA FABRICARLOS, EN ESTE CASO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE PROCESO Y DE PRODUCTOS SON LAS QUE ESTÁN CONFIGURANDO PARA LAS EMPRESAS LAS NUEVAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE LAS MANTIENEN EN LA LID.



(PUGA, 2007)

A NIVEL ORGANIZACIONAL, LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS TAMBIÉN ESTÁN EN UN PROCESO DE CREATIVIDAD Y APRENDIZAJE PARA DIFERENCIARSE DE LAS DE OTRAS REGIONES, PARA HACERSE PRODUCTIVAS Y COMPETITIVAS, PARA ESTABLECER NUEVOS VÍNCULOS COMO LO HAN SIDO LAS ALIANZAS, PARA IMPULSAR REDES DE SUBCONTRATACIÓN, PARA MEJORAR SU CALIDAD Y PARA HACERSE DE MEJOR TECNOLOGÍA.



(PUGA, 2007)

LAS NUEVAS ACTITUDES, EL NUEVO DIÁLOGO Y LA COMUNICACIÓN FRANCA PARA FORTALECER Y COHESIONAR EL POTENCIAL QUE HAN CREADO, POR ENCIMA DE LOS INTERESES PARTICULARES Y VISIONANDO A SU ENTORNO SOCIAL COMO UN SISTEMA QUE PRECISA SER GESTIONADO UNITARIAMENTE.



(PUGA, 2007)

## BIBLIOGRAFIA

PUGA, C. (2007). HACIA LA SOCIOLOGÍA. MÉXICO: PEARSON PRENTICE HALL

