



**Nombre de alumno: Vianaury
Nazareth Montecinos Sansores.**

**Nombre del profesor: Julio César
Medina López.**

**Nombre del trabajo: El tamaño
organizacional y sus parámetros.**

Materia: Estructuras organizacionales.

Grado: 3er cuatrimestre.

Grupo: U.

Pichucalco, Chiapas a 02 de julio de 2020.

El tamaño organizacional y sus parámetros

Las organizaciones son un elemento vital para la economía, ya que con la utilización de las mismas se puede llegar a tener una mayor efectividad en la producción de una empresa, y también juega un papel muy importante el hecho de que una empresa sea grande o pequeña, en muchas ocasiones, lo que se busca como meta en fabricar los mejores productos o mostrar las mayores utilidades, y con ese objetivo vienen muchos cambios que se tienen que hacer para que se consiga llegar a la meta principal, incluyendo crecer o mantenerse con la cantidad de empleados y edificios que una empresa tiene, desde ahí se parte para poder crecer económicamente, y que no se consiga el fracaso absoluto de un organización, dejando muchos factores afectados, desde empleados desempleados hasta empresarios en la ruina.

Cuando una empresa grande llega a reflejar adversidades económicas y los despidos comienzan a ser muy frecuentes, los emprendedores corren el riesgo de iniciar su propia empresa o actuar solo en una propiedad exclusiva, consiguiendo de esa manera poder ofrecer productos mejores y más innovadores que los ya se conocen, consiguiendo tener ingresos buenos, y que pueda hacer que su pequeño negocio crezca y ofrecer trabajo a personas desempleadas a causa del fracaso de empresas grandes.

Las organizaciones se sienten obligadas a crecer, para que puedan ofrecer sus productos en otros lugares de manera nacional e internacional, pero hay que tomar en cuenta ciertos factores que son necesarios considerar para competir un entorno global rápidamente cambiante. Pueden ser de dos maneras, grandes o pequeñas.

- Las empresas grandes deben considerar los recursos y la economía con la que cuenta para que puedan competir a nivel global, ya que se pueden encontrar con diversos tipos de empresas, que posiblemente hagan el papel de su competencia en un mismo producto, llevándolos a estancarse o a tratar de mejorar un producto que ofrecen, y esto se hace solo si tienen los recursos necesarios para poder innovar en productos y distribuirlos en el mercado para

después conseguir las ganancias esperadas. Las grandes empresas son estandarizadas, y la mayoría de las ocasiones son administradas mecánicamente, siendo complejas, ya que ofrecen especialidades funcionales dentro de la organización par desempeñar tareas de múltiples facetas y elaborar productos variados y complicados, de esta manera se puede lograr tener una competencia baja y poder seguir vendiendo los productos que se han generado y que en el mercado siga existiendo una distribución que genere ganancias a las empresas.

- Las empresas pequeñas también pueden generar ganancias y efectividad en la distribución de productos de una empresa, ya que debido a que los requerimientos cruciales para el éxito en una economía global son la capacidad de respuesta y la flexibilidad en los mercados muy dinámicos. La ventaja que una empresa pequeña tiene es que puede gozar de mejor forma el compromiso de los empleados, trabajando en diversas áreas, siendo mas excitante y satisfactorio que laborar en una empresa grande. La importancia del compromiso que los empleados tienen es que se puede mejorar la efectividad que se espera en una empresa, sin importar que sea grande, ya que cuando los trabajadores se emplean en diversas áreas puede existir esa comunicación buena, y poder mejorar la iniciativa de trabajo que se puede tener entre los grupos de trabajo y así poder conseguir mejores productos para implementar en el mercado.

Para que una empresa funcione no siempre es necesario que sea grande, tanto que abarque un territorio internacional, simplemente necesita ofrecer productos buenos a la sociedad a la que se está dirigiendo, y que se preocupe y se involucre en los cambios que se necesitan hacer para que la efectividad del producto sea buena, pero sobre todo que las personas que lo están consumiendo o utilizando lo aprovechen de la mejor manera posible.