



universidad del sureste

Materia: estructuras organizacionales

Trabajo: cuestionario

Docente: Gonzales Salas Víctor

Alumna: Blanca Samahi Pérez Pérez

Grado: 3 cuatrimestre p: Lic., mvz

¿CREE USTED QUE TIENE SENTIDO QUE UNA ORGANIZACIÓN TRANSNACIONAL TENGA MAS DE UNA OFICINA CENTRAL? SI, PARA QUE ASI LAS PERSONAS VAYAN CONOCIENDO Y ACALAARANDO CUALQUIERO COSA O PROBLEMA DEL MISMO

¿CUALES PODRIAN SER LAS VENTAJAS ASOCIADAS CON DOS OFICINA CORPORATIVAS, CADA DE ELLAS RESPONSABLE DE DIFERENTES COSAS? QUE EL PERSONAL DE CADA OFICINA O CORPORACION EN CAPACITADO O SABE EXACTAMENTE SU FUNCION EN ESE ESPACIO. Y ASI LOS PROBLEMAS TIENE UN MEJOR Y RAPIDA SOLUCION

¿PUEDE PENSAR EN ALGUNAS DESVENTAJAS? UNA DE LAS DESVENTAJAS ES LA COMUNICACIÓN DIVIDIR EL TRABAJO EN DEPARTAMENTOS HACE QUE SE PIERDA LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA QUE NO SE DEL TODO FLUIDA

¿CUALES SON ALGUNAS DE LAS RAZONES PRINCIPALES POR LAS QUE UNA EMPRESA DECIDE INICIAR UNA EXPANSION INTERNACIONAL? PERMITE EXPLORAR NUEVOS MERCADOS EN LOS QUE EL PRODUCTO O SERVICIO NO ESTAN TAN EXPLOTADOS COMO EN EL PAIS DE ORIGEN

¿CUAL DE LAS TRES MOTIVACIONES PARA LA EXPANSION GLOBAL QUE SE DESCRIBE EN ESTE CAPITULO CONSIDERA QUE EXPLICA MEJOR LA DECISIÓN DE LA EMPRESA? OPINO QUE, EN LA COMPETITIVA, YA QUE LA EMPRESA EXPLICA QUE TAN CAPACES SON DE LLEVAR UN PRODUCTO A MERCADO CON QUE FIN, VENTAJAS Y DESVENTAJAS

¿CUÁNDO CONSIDERARIA UNA ORGANIZACIÓN EL USO DE UNA ESTRUCTURA MATRICULA?

SE ANALIZAN LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL NUMERO DE NIVELES EN LA ESTRUCTURA DE UNA ORGANIZACIÓN Y CARACTERISTICAS DE LA ESTRUCTURA ACTUAL

¿EN QUE DIFIERE LA ESTRUCTURA MATRICIAL GLOBAL DE LA ESTRUCTURA MATRICIAL DOMESTICA QUE SE DESCRIBE EN EL CAPITULO 3?

¿CONSIDERA QUE ES POSIBLE QUE UNA EMPRESA GLOBAL ALCANCE SIMULTANEAMENTE LAS METAS DE EFICIENCIA E INTEGRACION GLOBALES, LA CAPACIDAD DE RESPUESTA Y LA FLEXIBILIDAD NACIONALES Y LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION A NIVEL MUNDIAL? SI, YA QUE EL HECHO DE QUE UNA EMPRESA VAYA CRECIENDO DEPENDE VARIOS

FACTORES TALES COMO LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO Y EL TRATO QUE SE LES BRINDA A CADA UNO DE LAS PERSONAS EN EL MERCADO, DE LA FORMA EN QUE ESTA SIENDO VENDIDA