



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

TEMA:

Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia.

AUTOR:

Paredes Jiménez, Beatriz Fanny

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de LICENCIADA EN PSICOLOGÍA
ORGANIZACIONAL**

REVISOR (A)

Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

**Guayaquil, Ecuador
Lunes 20 de Febrero del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Paredes Jiménez Beatriz Fanny**, como requerimiento para la obtención del Título de Licenciada en **Psicología Organizacional**.

REVISOR (A)

f. _____

Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

f. _____

Mgs. Galarza Colamarco, Alexandra Patricia
Director de la carrera

Guayaquil, a los 20 días del mes de Febrero del año 2017.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Paredes Jiménez Beatriz Fanny**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, Empresa Cadini S.A. y sus cambios Organizacionales para la supervivencia, previo a la obtención del Título de **Licenciada en Psicología Organizacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de Febrero del año 2017.

LA AUTORA:

f. _____
Paredes Jiménez Beatriz Fanny



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Paredes Jiménez Beatriz Fanny**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo (Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia)**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de Febrero del año 2017.

LA AUTORA:

f. _____
Paredes Jiménez, Beatriz Fanny



17 de Febrero de 2017

Informe de Plagio

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Examen Complexivo caso marcelo de brito (2).doc
Fuentes alternativas	
	Examen Complexivo caso marcelo de brito.doc
	caso de examen complejo.doc
	SALAZAR, MARCOS.doc
	report case.doc

100%	#1 Activo	Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Gu... 100%
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN		?
CARRERA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL		FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
TEMA:		CARRERA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL
Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia.		TEMA:
AUTOR:		Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia.
Paredes Jiménez, Beatriz Fanny		AUTOR:
Componente práctico del examen complejo		Paredes Jiménez, Beatriz Fanny
previo a la obtención del grado		Componente práctico del examen complejo
de PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL		previo a la obtención del grado
REVISOR (A)		de PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL
Galarza Colamarco, Alexandra Patricia		REVISOR (A)

Tema: Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia.

Estudiante: Beatriz Fanny Paredes Jiménez

Revisor: Psic. Alexandra Galarza Colamarco, Mgs.

FIRMA _____



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
MGS. GALARZA COLAMARCO, ANDREA PATRICIA
REVISOR(A)

f. _____
MGS. BERMUDÉZ REYES, ELBA NARCISA
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____
MGS. BONILLA MORÁN, LUIS ANTONIO
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

1	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	10
1.1	Cultura Organizacional	10
1.2	Comportamiento Organizacional	10
1.3	Comunicación	11
2	DETERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA	12
2.1	Personas	12
2.2	Estructura	13
2.3	Procesos	14
3	IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN	14
3.1	Responsables.....	14
3.2	Recursos.....	15
3.3	Metodología.....	15
	CONCLUSIONES	17
	BIBLIOGRAFÍA	18

RESUMEN

Cadini S.A. es un negocio de origen Argentino, que empieza como primera empresa minorista del país hasta mediados de los 80, cuenta con más de 150 años de antigüedad. A partir de 1992, perdió su liderazgo en el comercio minorista por no estar predispuestos a cambios o innovación en sus procesos.

El grado de trabajo en equipo era bajo, cada uno defendía los intereses de su propia unidad funcional o su propia línea de negocios. La situación se tornó compleja y al retirarse el Presidente de la Compañía se nombra a Fernando Savater como nuevo Presidente. Debido a la nueva situación la empresa inicia un proceso de cambios con nuevos objetivos, reestructuración organizacional, nuevas medidas comerciales y empieza la resistencia al cambio porque los funcionarios antiguos no están de acuerdo con las nuevas decisiones. El nuevo funcionario Savater piensa que los aspectos logísticos y de distribución resultan claves para la mejora sensible en el desempeño por tal motivo se contrata a un experto en logística; dando lugar al inicio de una nueva cultura organizacional.

El presente caso busca identificar un análisis sobre el comportamiento organizacional de la empresa Cadini S.A. De tal manera que se ha efectuado un levantamiento y análisis de información para determinar estilos de liderazgo, tipos de comunicación, cultura organizacional y comportamiento de la organización, de tal manera que podamos discernir cuáles serían las mejores estrategias a aplicar.

Palabras claves: Liderazgo, Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Estructura Organizacional, Desarrollo Organizacional y Planeación estratégica.

INTRODUCCIÓN

Cadini S.A. es un negocio que hasta la década de los 80 fue considerada como líder en el mercado minorista del país. En los años 90 perdió su protagonismo del comercio minorista frente a otra empresa del mismo sector comercial, sumado a esto la salida voluntaria del Presidente de la empresa, provocando así serias dificultades en el negocio.

De manera inmediata se posesiona el nuevo Presidente que es Fernando Savater y al asumir el cargo decide transformar la organización, empezando por establecer objetivos claros para que la empresa no pueda desaparecer. Identificó los problemas de la estructura que la empresa estaba enfrentando, con la finalidad de mejorar los procesos.

A consecuencia de estos inconvenientes los colaboradores de la empresa Cadini S.A. empezaron a demostrar resistencia a la nueva cultura que los nuevos directivos estaban tratando de interiorizar junto a la misión y visión del negocio. Luego con la llegada del Sr. Brito se empezaron a sentir los cambios en la organización con su nueva estrategia basada en un estilo de liderazgo transformacional, más participativo y sobretodo orientado a resultados. A continuación se detallará sobre el modelo organizacional de la empresa, cultura organizacional, el tipo de comunicación entre otros aspectos.

1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 Cultura Organizacional

Es importante conocer el concepto de cultura organizacional y fijar que bajo esta premisa se efectuará el correspondiente análisis.

Es por eso que cultura es “un sistema de significados compartidos por los miembros de una organización, que la distinguen de otra. Conjunto de características básicas que valora la organización” (Robbins, 2004).

En los inicios de la empresa Cadini S.A., se evidencia una organización con una cultura tradicionalista, en donde la toma de decisiones se concentraba en los altos directivos, es decir que en el manejo de sus procesos operativos existía burocracia. Era una cultura bastante conservadora, detenida en el tiempo durante años volviendo todos los procesos burocráticos y sobretodo permitiendo que los miembros de la organización crean que se la maneja correctamente.

Según (Aguirre,2000:142) “La fuerza del mito en la organización, viene dada por su capacidad para responder culturalmente a los grandes retos, creando grandes visiones y misiones, explicando los orígenes y los fines, creando grandes cosmovisiones dentro de las cuales adquieren sentido las cosas y la vida humana”

De esta definición podemos deducir que las creencias suelen ser mitos y a su vez los mitos son presunciones y éstas a veces son muy difíciles de cambiar, hasta que se evidencie lo contrario. Por eso, cuando se habla de “cambio cultural”, no debe olvidarse que para cambiar la cultura de una empresa es saludable “cambiar al líder”, puesto que la misión la ha construido el líder desde sus presunciones. Volviendo al caso, con la nueva administración de Fernando Savater se evidencia una serie de cambios en la cultura, mediante la incorporación de nuevos protagonistas como Marcelo de Brito que tuvo la capacidad de responder a grandes retos, creando un mejor ambiente para que el público interno se sintiera motivado y palpara los cambios en los procesos.

1.2 Comportamiento Organizacional

El comportamiento organizacional analiza a las empresas desde su desarrollo, su conducta, hasta sus estilos de comunicación, es decir que si se desea trabajar en ellas

o dirigir las, es necesario comprender su funcionamiento. De tal manera que analizaremos de manera global debilidades y fortalezas de la empresa Cadini S.A.

Cadini desde el punto de vista individual podemos describirla como una empresa que durante años se mantuvo con una cultura estática, que se mantuvo y nunca decidieron innovar, ocasionando bajas en las ganancias, bajo desempeño laboral, desmotivación, no existía trabajo en equipo porque el trabajo se lo realizaba en función a los intereses personales o de una línea de negocio y no en función de toda la empresa.

Si lo analizamos de manera grupal, los miembros de la organización se habían acostumbrados a trabajar de esta manera, ser individualista y a no trabajar en sinergia. Los directivos más antiguos se reusaban a los nuevos cambios a pesar de los procedimientos inadecuados que existían.

Y finalmente de manera estructural, Cadini S.A. necesitó cambios enérgicos en su estructura conservadora y burócrata, la misma que se había mantenido con procedimientos tradicionales y sin cambios durante décadas y aunque en su época dieron buenos resultados, no significaría que en los actuales momentos necesariamente iba a seguir siendo así.

1.3 Comunicación

Según Stephen P. Robbins (2000), menciona que “La comunicación es más que simplemente un significado compartido, también debe ser entendido”.

Es decir que la comunicación es el proceso fundamental que toda organización debe mantener fortalecida por medio del conocimiento es decir saber qué es lo que está pasando y luego comprender, entender la situación. Es decir que en el caso del Sr. Brito hizo muy bien cuando empezó a conocer sobre el negocio, sus falencias y debilidades, hizo un estudio sobre el estado de la comunicación y conocer que es aquello que se debe mejorar.

El Sr. Brito crea una cultura comunicativa en la empresa e informa a los colaboradores de su existencia actual. Un factor positivo es que empezó a valorar las sugerencias de los colaboradores, adicional sugeriría que se debería premiar o

agradecer públicamente a los que realizan críticas constructivas para hacer sentir a los trabajadores que todo cuenta en la comunicación.

Además sería de suma importancia utilizar los medios de comunicación de mayor uso de la empresa, tales como uso de intranet, boletines de la empresa, buzón de sugerencias etc., es decir que sean accesible a todos los colaboradores para expresar e informar los anuncios de mayor relevancia. De tal manera que con esto se pueda fomentar el trabajo en equipo.

Así mismo cuando más adelante si la empresa llegase a crecer o de no ser así, se pueda asignar una persona que se convierta en un consultor responsable de las comunicaciones en la empresa y ofrecer entrenamiento en las competencias a trabajar, por eso sería importante la creación de un Dpto. de TH que los pueda asesorar de la mejor manera para estos cambios, de tal manera que se pueda hacer una medición anual o semestral se las variables de la comunicación.

La estrategia de comunicación que utilizó Marcelo de Brito fue muy precisa porque hizo un diagnóstico buscó conocer las situaciones más críticas de la empresa, cuando se dirige un negocio es importante poseer información no solo escuchando las presunciones de los empleados si no interiorizando y conociendo, de tal manera que se pueda ejecutar un análisis FODA.

2 DETERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA

2.1 Personas

El Presidente de la empresa como el Sr. Brito enfocaron su gestión en dos aspectos principales, primero en los cambios de la comunicación y pese a la resistencia del ciertos colaboradores, se logró interiorizar en los colaboradores la visión y misión de la empresa. Como segundo aspecto establecieron un modelo de liderazgo transformacional, descentralizando la ejecución, obviamente controlando aún los procesos, pero no las decisiones; haciendo sentir al colaborador más autónomo y empoderado de sus funciones. De tal manera que conllevó a que todos los miembros de la organización puedan alcanzar los objetivos globales de la organización. Permitieron que los colaboradores se sientan más motivados siendo parte activa en

las reuniones, participando de manera efectiva con las partes interesadas. Y así mismo se logra cambiar el comportamiento y las percepciones de los usuarios de manera externa.

Según el autor Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”[2].

Esta definición transfiriéndola al caso considero que se pudo mejorar dos aspectos de la comunicación en la empresa Cadini S.A., mencionándolas en este orden su comunicación interna, externa y publicidad institucional.

En la comunicación interna se empezó a mejorar y mantener buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio del involucramiento e interacción de los altos mandos con el resto de colaboradores; de tal manera que se cumplirá con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así lograr las metas establecidas de la organización.

En su comunicación externa también cambiaron porque Fernando Savater abolió líneas de negocios que llevaban tiempo en el mercado y seguramente ya no eran tan comerciales, dando así un cambio en la imagen de la empresa adoptando una serie de medidas comerciales.

Y finalmente logrando así optimizar la publicidad institucional porque con esta mejora y cambios evoca en los clientes internos como externos una imagen favorable de la organización.

2.2 Estructura

El Sr. Savater realizó un proceso de cambio en la estructura organizacional, anteriormente Cadini S.A. mantenía una estructura administrativa un poco compleja,

tenía altos costos administrativos, la toma de decisiones se centralizaba en los directivos y sus líneas de dependencia se desarrollaban en la misma forma desde hace años atrás y no existía trabajo en sinergia.

Poco a poco se fueron reduciendo sucursales, ya que cerraron algunas de ellas que tenían bajo desempeño, alejando líneas de dependencia que no generaban ningún valor agregado a la compañía. Modificó al personal, separando a los que no apoyaban a los cambios. Una de sus nuevas contrataciones que fue el Sr. Brito experto en operaciones logísticas, logró que esa estructura compleja se renovara creando un grupo más consolidado.

2.3 Procesos

Cadini S.A. es una organización que pasa por un estado de evolución, con nuevos dirigentes, normas y procedimientos alineados a la nueva estructura diseñada. Todo cambio siempre conlleva a trabajar más y es necesario porque las organizaciones deben renovarse, es como una metamorfosis, deben evolucionar conforme pasa el tiempo y deben ajustarse a los cambios que se dan en el entorno en el cual se desenvuelve, esto es más que nada cuando para tener una mayor eficacia y eficiencia.

Por eso Luis Brito cuando ingresó y conoció la realidad del negocio, expresó que sus reuniones semanales son para escucharlos y a la vez ponerlos al tanto de todo proceso de cambio que se genere en la empresa. Todo proceso de cambio siempre pone en práctica un estilo participativo en donde actúan activamente todos los afectados, puede ser que se tome su tiempo sin embargo es un proceso con carácter duradero en el tiempo, al ser de manera colectiva, todos se involucran, se comprometen y logran el cambio requerido.

3 IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

3.1 Responsables

Los responsables de implementar las estrategias son a nivel de todos los miembros de la organización, mandos altos, medios y operativos. Este proceso de cambio no hubiese tenido efecto si no fuera por el trabajo de todo el equipo en conjunto con los

nuevos directivos que ingresaron a la empresa y lograron el cumplimiento del objetivo.

Como responsables principales del cumplimiento de las estrategias podemos mencionar a

- ❖ Presidente : Fernando Savater
- ❖ Experto en Logística: Luis Brito
- ❖ Todos los colaboradores de la compañía Cadini.
- ❖ Como sugerencia algún consultor interno o externo de la compañía.

3.2 Recursos

Uno de los principales recursos que fueron utilizados por la compañía Cadini fue la contratación de los servicios de una empresa externa como “cazatalentos” para vincular al Sr. Brito en el ámbito laboral. Este recurso humano comunicó a todos su visión de la organización y planteó de manera general y en público manifestó las medidas que se tomarían para dar un cambio verdadero fijando la nueva estructura para el liderazgo que se empezaría a ejercer.

3.3 Metodología

La metodología ayudara a identificar las situaciones y problemas del entorno de la empresa Cadini.

Por su parte Paola Gómez (2006:122) define que un instrumento de medición adecuado: “Es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente, en términos cuantitativos, se captura verdaderamente la realidad que se desea capturar, aunque no hay medición perfecta, el resultado se acerca todo lo posible a la representación del concepto que el investigador tiene en mente”.

Es decir que la práctica que se efectuará en la empresa Cadini S.A. para la ejecución de las estrategias será mediante el análisis del antecedente histórico de la empresa, conociendo la misión, visión, definiendo los problemas, conociendo clima, cultura y estilos de liderazgo, siempre alzando información mediante una metodología

cuantitativa que nos permita valorar los aspectos antes mencionado; a través de encuestas y entrevistas que sería nuestro respaldo para hacer un verdadero estudio o análisis más profundo sobre estas estrategias.

CONCLUSIONES

Podemos ultimar de este caso que a través de una buena comunicación formal, los colaboradores logren interiorizar misión, visión y valores organizacionales. Consiguiendo así que los equipos de trabajos sean altamente productivos para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

Lo oportuno en la empresa Cadini es que tuvo personas nuevas en puestos claves que detectaron a tiempo estas inconsistencias que pudieron ser regularizadas y alineadas, en muchas ocasiones no resolver estos problemas a tiempo por falta de comunicación, conocimiento o análisis direccional a la empresa a tener consecuencias en sus resultados.

Las estrategias que se implementaron son exactamente idóneas para las necesidades que tenía Cadini, se necesitaba líderes nuevos que logren oxigenar la empresa por medio de una comunicación fluida para transmitir de forma clara lo que se tenía en mente con efectos a largo plazo que contribuyan positivamente a la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, A. (2000). La cultura de las organizaciones. *Anthropologica*, 5-6, 1-203. España: Editorial Bardenas.

Fernández Collado, Carlos. *La Comunicación en las Organizaciones*. Editorial Trillas. México, 1997.p. 27-31.

Hurtado de Barrera, J. (2010). Tercera Edición, Fundación Sypal: Caracas. (Parte II Capítulo 3 y 4).

Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las Organizaciones*. Madrid: Pearson Educación



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Paredes Jiménez, Beatriz Fanny**, con C.C: # 0925702847 autor/a del componente práctico del examen complejo: **Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia** previo a la obtención del título de **Licenciatura en Psicología Organizacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de Febrero de 2017.

f. _____

Nombre: **Paredes Jiménez, Beatriz Fanny**

C.C: **0925702847**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Empresa Cadini S.A. y sus cambios organizacionales para la supervivencia.		
AUTOR(ES)	Beatriz Fanny, Paredes Jiménez.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Mgs. Alexandra Patricia Galarza Colamarco.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.		
CARRERA:	Psicología Organizacional.		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Psicología Organizacional.		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Lunes 20 de Febrero de 2017	No. DE PÁGINAS	20
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comportamiento Organizacional, Estilos de Liderazgo, Comunicación Organizacional.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Liderazgo, Cultura Organizacional, Comunicación Organizacional, Estructura Organizacional, Desarrollo Organizacional y Planeación estratégica.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Cadini S.A. es un negocio de origen Argentino, que empieza como primera empresa minorista del país hasta mediados de los 80, cuenta con más de 150 años de antigüedad. A partir de 1992, perdió su liderazgo en el comercio minorista por no estar predispuestos a cambios o innovación en sus procesos. El grado de trabajo en equipo era bajo, cada uno defendía los intereses de su propia unidad funcional o su propia línea de negocios. La situación se tornó compleja y al retirarse el Presidente de la Compañía se nombra a Fernando Savater como nuevo Presidente. Debido a la nueva situación la empresa inicia un proceso de cambios con nuevos objetivos, reestructuración organizacional, nuevas medidas comerciales y empieza la resistencia al cambio porque los funcionarios antiguos no están de acuerdo con las nuevas decisiones. El nuevo funcionario Savater piensa que los aspectos logísticos y de distribución resultan claves para la mejora sensible en el desempeño por tal motivo se contrata a un experto en logística; dando lugar al inicio de una nueva cultura organizacional.</p> <p>El presente caso busca identificar un análisis sobre el comportamiento organizacional de la empresa Cadini S.A. De tal manera que se ha efectuado un levantamiento y análisis de información para determinar estilos de liderazgo, tipos de comunicación, cultura organizacional y comportamiento de la organización, de tal manera que podamos discernir cuáles serían las mejores estrategias a aplicar.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-6017713	E-mail: beatrizfuturo@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Bonilla Morán Luis Antonio, Mgs.		
	Teléfono: +593-4-989547842		
	E-mail: bonillamorán@hotmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			