

TENDENCIAS  
Revista de la Facultad de Ciencias  
Económicas y Administrativas.  
Vol. III. No.2  
Diciembre de 2002, páginas 83-99  
Universidad de Nariño

---

**ANÁLISIS Y REFLEXIÓN DE LA CULTURA Y LA PRACTICA  
ADMINISTRATIVA A PARTIR DE LA ÉTICA Y LOS VALORES:  
CASO ORGANIZACIÓN EN VENEZUELA**

**Patricia Gillezeau B.<sup>1</sup>**

---

**RESUMEN**

El propósito de este estudio es establecer la presencia de los valores compartidos (compromiso auténtico, competencia sólida, credibilidad, honestidad, respeto, humildad y justicia), la comunicación humanizada y el liderazgo transformacional en la cultura de las empresas modernas e inteligentes. Del análisis se pudo concluir que esta cultura en las organizaciones debería estar enraizada en la ética, en sus valores y principios, en todos los factores expresivos y afectivos de la organización, ya que esta regula su comportamiento, pero debe ser transmitida y compartida por todos. Su comprensión y aplicación dependerá de una red humanizada de comunicaciones, de un liderazgo transformacional y de un alto grado de satisfacción de los clientes y proveedores. Este es el cambio seguro para que una organización moderna pueda llamarse inteligente y sobrevivir en el contexto mundial.

**Palabras Clave:** Cultura, Ética, Valores, Organizaciones Inteligentes.

---

<sup>1</sup> Economista. Magister en Gerencia de Empresas. Doctorado en Ciencias mención Gerencia. Directora Escuela de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Coordinadora Doctorado en Ciencias Económicas, FACES, LUZ, Maracaibo, Venezuela. Correo: patig2000@hotmail.com

logrando unificar a las personas de la organización como un solo espíritu y cuerpo. Una cultura realista, participativa, inspirada, sensible, flexible, crítica, creativa y comunicable, le permite a la organización incluir nuevos enfoques de desarrollo para el cambio, tales como lineamientos anticorrupción, que incluyan programas de concientización, de estímulos a la gente que labora en ella, que implique refuerzo a la voluntad, a la fuerza, al empeño, la constancia y sobretodo, la perseverancia de que “querer es poder” extirpar este flagelo que está acabando con las organizaciones, con la presencia de equipos inteligentes que se desenvuelvan en un pensamiento sistémico, creativo, crítico y holístico, el facultamiento de poder y de iniciativas a los colaboradores, guiados por un liderazgo potenciador y transformacional. Así mismo, le provee de procesos comunicacionales, directamente relacionados con las actividades de la organización y el momento que está viviendo, considerando que la comunicación es también un valor agregado de la organización, que le permite obtener la optimización de los recursos disponibles y el alcance de un sentimiento de contribución, satisfacción y retribución justa.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ABRAVANEL, et al (1992). **Cultura organizacional. Aspectos Teóricos – Prácticos y Metodológicos**. Colombia. Fondo Editorial Legis. Serie Empresarial, 3-33.
- ALVESSON, M (1993). **Cultural perspectives on organization**. Cambridge. Cambridge University Press, 1-11.
- BARNES, Tony. (1997). **Cómo lograr un Liderazgo exitoso**. Colombia. McGraw Hill, 3-147.
- BERMÚDEZ, Emilia, PINTO, Leoncio y SULBARÁN, Carlos (1994). **“La Universidad del Zulia: Política, Misión y Gremios”**. Maracaibo. Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología. Año 2 (4).
- BITTEL and RAMSEY (1985). **Handbook for professional managers**. McGraw Hill.
- BLANCHARD, Ken y O’CONNOR, Michael (1997). **Administración por Valores**. Colombia. Grupo Editorial Norma.
- BOLÍVAR, Antonio (1995) **Hacer reforma. La evaluación de valores y actitudes**. Venezuela. Editorial Grupo Anaya.
- BOWER, Joseph (1995) **Oficio y Arte de la Gerencia. Volumen I Escuela de Administración de Empresas Harvard**. Colombia. Grupo Editorial NORMA.

- CABAÑAS, Gerardo. (1999). “**Comunicación Empresarial: una rutina y contingencia**”. Venezuela. Diario El nacional. Sección Misión e Imagen. Cuerpo f. Enero, 1.
- CABAÑAS, Gerardo, (1998). “**La identidad que se ve**”. Venezuela. Diario El Nacional. Sección Misión e imagen. Cuerpo F. Dic. 1.
- CÁCERES, David. (1996) **Liderazgo. Capacidades para dirigir**. México. Fondo Cultural económico.
- CAICEDO, Carlos y Cortés. (1998). “**Organizaciones Virtuales y Autogestión en el Siglo XXI**”. <http://www.acis.rg.co/revista/70,1-18>.
- COSTA, Joan (1993). **Identidad Corporativa**. México. Biblioteca Internacional de la Comunicación. Editorial Trillas, 75-96.
- DIMAGGIO, P (1986).”**Can culture survive the marketplace**”. New Haven: Yale University Press, 20-29.
- DRUCKER, Peter (1993). **Gerencia para el Futuro. El Decenio de los 90 y más allá**. Colombia. Grupo Editorial Norma. Interés General, 185-190.
- ETKIN, Jorge (1993). **La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada**. España. McGraw Hill/Interamericana de España.
- ETKIN, Jorge (2002) “**El Potencial Ético de las Organizaciones: Las formas de integrar la eficacia con los valores sociales**”. Argentina. Seminario Internacional: Los Desafíos Ética del Desarrollo. BID. Iniciativa Interamericana del Capital Social, Ética y desarrollo.
- GARCÍA, Beatriz (1995) “**El educador ante la crisis de valores**”. Venezuela. Dossier Valores, Escuela y Sociedad. Revista Movimiento pedagógico. Año iii (6).
- GARCÍA, S y DOLAN, Simón, (1997). **La Dirección por Valores. El cambio más allá de la dirección por objetivos**. España. McGraw Hill /Interamericana de España, 3-296.
- GÓMEZ, Emeterio (2001). “**Ética, Política y Economía**”. Venezuela. Diario El Nacional. Sección C-4
- HABACH, Eduardo. (1997). “**Liderazgo impulsado por valores**”. Venezuela. Fundación Educación –Industria 1-16.
- HUMBLE, J. (1994). “**The Stategie Power of Corporate Values**”. Great Britain Long Range Planing. 27 (6) 28-42.
- KLISKBERG, Bernando. (2002). **El Clamor por la Ética en América Latina**. Argentina. La Gaceta de Económicas. De Económicas a la Sociedad. Universidad de Buenos Aires.

- LANSBERG, Ivan (1998). **“Cambio y Continuidad”**. Venezuela. Diario Economía Hoy. Sección Opinión. Julio.
- MARTÍNEZ, Miguel (1989). **La Investigación Cualitativa Etnografía en Educación**. Editorial Trillas.
- PEÑALOZA, Humberto (1997). **Valores éticos: Fundamentos de la sociedad**. Venezuela. Fundación Educación-Industria.
- PINCHOT E. and Gifford (1998). **“The Intelligent Organization”**.  
[Http://www.pinchot.com/Mainpages/BoosksArticles/intellegantorganization/theintellorg](http://www.pinchot.com/Mainpages/BoosksArticles/intellegantorganization/theintellorg)
- PIZZOLANTE, Italo, (1998). **“Por una comunicación humanizada”**. Venezuela. Diario El Nacional. Sección Comunicación e imagen. Cuerpo F. Nov.
- QUIGLEY, Joseph. (1996) **Visión. Cómo la desarrollan los líderes, la comparten y la sustentan**. Colombia., McGraw Hill Interamericana, 3-208.
- ROJAS, Luis. (1994). **“La comunicación: Factor clave del éxito en los negocios”**. España. Cuestiones Publicitarias. Revista de métodos, análisis y estrategias de la comunicación publicitaria Universidad de Sevilla, (3) 59-71.
- ROJAS, Luis R. y Arapé Elizabeth (1999). **“En Dirección a la Postcomunicación”**. Venezuela. Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios Universidad “Dr. Rafael Belloso Chacín” 1 (1), 11-19.
- ROMERO, Oswaldo. (1998). **“Valores en las organizaciones emergentes”**. Venezuela. Revista del Centro de Investigaciones Psicológicas (CIP). Facultad de medicina Universidad de los Andes,, 33-40.
- SENGE, Peter (1996). **La Quinta Disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente**. España. Ediciones Granica, 1-475.
- SOTAQUIRÁ, R. y Gélvez, Lilia. (1998). **“Aprendiendo sobre el Aprendizaje organizacional”**. [Http://www.geocities.com/Athens/Aegean/8396](http://www.geocities.com/Athens/Aegean/8396), 1-20.
- TRUCHE, Pierre (1998). **Visión Contemporánea de la corrupción**. La hora de la Transparencia en América Latina. Ética y Transparencia. Argentina. Granica.
- WILSON, Terry (1997). **Manual del Empowerment. Cómo conseguir lo mejor de su colaboradores**. México. Gestión 2000, 15-27.
- WISDOM GESTÁO ORGANIZACIONAL Ltda. (1998). **“Study of climate and Organizational Culture”**. <http://babelfish.altavista.com/cgi-bin/traslate>, 1-6.
- WYCOFF, J. (1994) **Trucos de la mente creativa**. España. Editorial Martínez. Roca.