



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración

Capital social y cultura en el emprendimiento de las PYMES Sirio-Libanesas en Barranquilla

Tesis

**Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Doctora en Administración**

Presenta

PRINCE LUZ TORRES SALAZAR

Dirigido por:

DRA. JOSEFINA MORGAN BELTRÁN

Santiago de Querétaro

Noviembre de 2017

México



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración

**“Capital Social y Cultura en el Emprendimiento de las PYMES
Sirio-Libanesas en Barranquilla”**

Opción de titulación:
Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Doctor en Administración

Presenta:
Prince Luz Torres Salazar

Dirigido por:
Dra. Josefina Morgan Beltrán

SINODALES

Dra. Josefina Morgan Beltrán
Presidente


Firma

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís
Secretario

Alejandra Urbiola
Firma

Dr. Ángel Wilhelm Vázquez García
Vocal


Firma

Dr. Alberto de Jesús Pastrana Palma
Suplente


Firma

Dra. Elia Socorro Díaz Nieto
Suplente

Elia S
Firma


Dr. Arturo Castañeda Olalde
Director de la Facultad

Goana
Dra. Ma. Guadalupe Flavia
Loarca Piña
Director de Investigación y
Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Noviembre 2017
México

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y permitirme llegar al más alto grado académico, a mis padres, Cecilia y Rafael, que son el baluarte de mi vida y que han apoyado desde el principio cada uno de mis sueños, a mis hermanos Ivonne y Rafael y mis sobrinos Valeria y Salomón por ser parte esencial de mi existencia y fuente inagotable de amor.

A Jenny, por acompañarme a vivir una vida genial y enseñarme que ser feliz is free.

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora la Dra. Josefina Morgan Beltrán, por ayudarme a cumplir este sueño, a la Dra. Alejandra Urbiola y al Dr. Ángel Vásquez por todo su conocimiento y guía durante estos años de estudio.

A la Dra. Adriana Uribe Urán, por permitirme participar de esta cohorte doctoral en administración, pionera en la Universidad Simón Bolívar en Barranquilla.

A Enrique Melamed Varela, por ser mi amigo y dedicar su tiempo, conocimiento y amor y ayuda en el proceso investigativo de esta tesis.

A la Universidad Autónoma de Querétaro por toda su gestión y por hacer posible este grado.

A la Universidad Simón Bolívar, la cual apoyó este proyecto doctoral desde el principio, en cabeza de su rector, José Consuegra Bolívar y la vicerrectora académica, Sonia Falla Barrantes por creer en la internacionalización y la educación sin fronteras.

A los 30 entrevistados y/o representantes de la comunidad palestina, libanesa y siria de Barranquilla, por abrir las puertas de sus organizaciones y permitirme conocer y ahondar sobre los árabes, su cultura y aportes a Colombia y la Región Caribe.

A los futuros investigadores y semilleros, Lady Caicedo, Víctor Espinosa, Xenia Flórez y Luz Divina Castro por su disposición para aprender y aportar en el desarrollo de esta investigación.

A Maria del Mar Sánchez Fuentes por su ayuda, conocimiento y amistad.

RESUMEN

Esta tesis abordó los conceptos referentes a la cultura y el capital social delimitado en el contexto de la comunidad palestina, siria y libanesa. Y de qué manera los rasgos asociados del capital social y la cultura árabe se hacen evidentes en los procesos de emprendimiento de las PYMES en el sector comercial en esta sociedad ubicada en Barranquilla, Colombia. Para la contextualización se tuvo en cuenta un marco histórico desde las primeras migraciones árabes a diferentes territorios, pero rescatando puntualmente el caso del departamento del Atlántico, factor determinante por haber tenido la mayor entrada de los árabes al territorio colombiano, quienes lo hicieron por mar. El sustento teórico y conceptual de la investigación también requirió asumirse desde la perspectiva de las organizaciones como objeto de estudio de la administración, por lo cual las tres vertientes teóricas que sustentan la investigación corresponden a: el emprendimiento desde la óptica de las iniciativas empresariales (Drucker, 1986; Mises, 2007; Schumpeter, 1989), la cultura como parte fundamental de la humanidad relacionadas con el origen, costumbres y tradición de las diferentes sociedades y que también es equivalente a las organizaciones (Hofstede, 1980; Smircich, 1983; Triandis, 2004) y el capital social como concepto determinante de los lazos y relaciones sociales que se forjan en la convivencia de los seres humanos en sociedad (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Putnam, 2000), temáticas que se ven relacionadas con la gestión de las organizaciones y en especial énfasis en las organizaciones que sustentan sus emprendimientos en la cultura árabe. Bajo un enfoque metodológico cualitativo y el apoyo de dos métodos de investigación (fenomenológico y estudio de caso) se establece la perspectiva por la cual se desarrolló la investigación, tomando como punto de partida la comprensión del fenómeno desde la perspectiva de los actores. Como instrumento de evaluación se empleó la entrevista semiestructurada a actores relevantes involucrados con el contexto de los palestinos, sirios y libaneses en el departamento, como resultado del trabajo de campo que se ejecutó se presentan las principales características y motivaciones de los palestinos, sirios y libaneses para el emprendimiento en la región, así como las lecciones aprendidas desde la cultura árabe y el capital social implícito en la comunidad, factores que permitieron la sostenibilidad de los negocios emprendidos y que al día de hoy permean en el contexto local, pero ya como capitales heredados de generación en generación. Por último, se presentan las evidencias que permiten reflexionar acerca de la influencia que presentan los eventos y vivencias de las comunidades árabes en la construcción y afianzamiento de su cultura y sus elementos, de igual forma cómo el capital social se refuerza en el árabe inmigrante y en su interacción laboral y social.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Capital social, Cultura, PYMES, Comunidad árabe.

ABSTRACT

This thesis dealt with the concepts of culture and the social capital defined in the context of the Palestinian, Syrian and Lebanese community, and in what way the traits associated with social capital and Arab culture are evident in the processes of entrepreneurship of SMES in the commercial sector in Barranquilla, Colombia. Contextualization considered a historical framework from the first Arab migrations to different territories, but making special focus on the state of the Atlántico, which is important for having had the largest entry of the Arabs to Colombian territory, who did so by sea. The theoretical and conceptual framework of the research also assumed the organizations as an object of study of the administration, by which the three theoretical underpinning the research correspond to: entrepreneurship from the perspective of the business initiatives (Drucker, 1986; Mises, 2007; Schumpeter, 1989), culture as a fundamental part of humanity related to the origin, customs and traditions of different societies and that it is also equivalent to the organizations (Hofstede, 1980; Smircich, 1983; Triandis, 2004) and the social capital as a determinant of the ties and social relations that are forged in the coexistence of human beings in society (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Putnam, 2000), subjects that are Related to the management of organizations and special emphasis on the organizations that support their endeavors in Arab culture. Under a qualitative methodological approach and the sum of three methods (descriptive-phenomenological-case study) sets the perspective under which development research, since a conscious and consistent with the problem of investigation. As an evaluation instrument was used the semi-structured interview to relevant actors involved with the context of the Palestinian, Syrian and Lebanese in the Atlántico state, as a result of the field work that was carried out are presented the main characteristics and motivations of the Palestinians, Syrians and Lebanese for entrepreneurship in the region, as well as lessons learned from the Arab culture and the implicit social capital in the community, factors that allowed the sustainability of businesses and that today permeate in the local context, but as capital inherited from generation to generation. Finally, it presents the evidence that allow you to reflect on the influence of the events and experiences of the Arab communities in the construction and strengthening of its culture and its elements, in the same way as the social capital is reinforced in the Arab immigrant and labor and social interaction.

KEY WORDS: Entrepreneurship, social capital, culture, SMEs, arab community.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.1. Descripción del problema	6
1.2. Delimitación	9
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo general.....	11
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Pregunta de investigación	11
1.4.1 Operacionalización del problema.....	11
1.5. Relevancia y pertinencia	12
2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	16
2.1. Emprendimiento.....	16
2.1.1. Perfil y características de los emprendedores	29
2.2. Las PYMES	39
2.2.1. Definición y evolución en Colombia.....	39
2.2.2. Sector industrial, servicios y comercio.....	45
2.3. Cultura	48
2.3.1. Definiciones y conceptos	48
2.3.2. La comunidad palestina, siria y libanesa: cultura y religión.....	57
2.3.3. Conflicto árabe-israelí.....	61
2.4. Gestión de organizaciones	69
2.4.1. Enfoques organizacionales.....	71
2.4.2. Cultura y organizaciones.....	75
2.4.3. Niveles y elementos de la cultura organizacional.....	77
2.4.4. Dimensiones de la cultura organizacional	77
2.4.5 Orígenes y desarrollo del concepto de cultura organizacional y su relación con la cultura local	80
2.4.6 Cultura organizacional en el contexto colombiano.....	84
2.5. Capital social	91
2.5.1. Evolución y desarrollo del concepto	91
2.5.2. Capital social en el contexto organizacional	97
2.5.3. Capital cultural.....	99
2.5.4. Capital simbólico	101
3. MARCO METODOLÓGICO.....	104

3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	105
3.2 Métodos de investigación.....	106
3.3 Proposición	109
3.4 Variables de investigación	110
3.4.1 Variables independientes y dependientes	110
3.4.2 Definición conceptual de variables	110
3.5 Definición operacional.....	111
3.6 Herramientas y estrategias metodológicas	113
3.6.1 Estrategias de sistematización de datos	115
3.6.2 Criterios de interpretación.....	117
3.7 Proceso metodológico	118
3.8 Población y muestra	119
3.7.1 Unidades de análisis.....	120
3.9 Marco lógico.....	121
3.10 Validez y confiabilidad	122
3.11 Resumen metodológico.....	124
4. ESTUDIO DE CASO.....	127
4.1. Contexto de la comunidad palestina y sirio-libanesa en Barranquilla	127
4.2. Análisis cualitativo de datos.....	129
4.2.1. Variables de investigación con relación a los casos de estudio	130
4.3. Relatoría de categorías de análisis	139
4.4. Discusión	144
4.4.1. Rasgos del emprendimiento	146
4.4.2. Características del capital social	151
4.4.3. Oleadas migratorias árabes	157
4.4.4. Propiedades asociadas a la cultura árabe	158
4.4.5. Vínculo emprendimiento, cultura y capital social	168
5. REFLEXIONES FINALES.....	170
REFERENCIAS	176
ANEXOS.....	191

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
Tabla 1. Tipología de los emprendedores	20
Tabla 2. Principales características de los emprendedores	30
Tabla 3. Principales características de los emprendedores – últimas dos décadas.....	32
Tabla 4. Clasificación de empresas por número de empleados y activos totales	39
Tabla 5. Distribución de las PYMES por tamaño y ciudad	42
Tabla 6. Tipos de cultura organizacional en las empresas.....	84
Tabla 7. Incidencia del emprendimiento corporativo en el capital social	98
Tabla 8. Operacionalización de variables.....	112
Tabla 9. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	115
Tabla 10. Marco lógico	121
Tabla 11. Esquema metodológico general	124
Tabla 12. Características del inmigrante-emprendedor árabe.....	148

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
Figura 1. Estructura general de la investigación	5
Figura 2. Principales exponentes teóricos del emprendimiento.....	38
Figura 3. Distribución geográfica de las PYMES en Colombia	41
Figura 4. Comparativo de participación en el PIB nacional 2000-2010.....	43
Figura 5. El concepto de emprendimiento.....	47
Figura 6. Principales exponentes teóricos de la cultura.....	55
Figura 7. Seis partes básicas de la organización.....	71
Figura 8. Dimensiones de la cultura organizacional.....	78
Figura 9. El concepto de cultura	90
Figura 10. Principales exponentes del capital social	96
Figura 11. El concepto de capital social.....	103
Figura 12. Mapa conceptual del marco metodológico.....	126
Figura 13. Ideas y temas clave en las entrevistas realizadas.....	129
Figura 14. Variables principales con relación a los casos de estudio	132
Figura 15. Emprendimiento con relación a los casos de estudio	134
Figura 16. Cultura con relación a los casos de estudio.....	135
Figura 17. Capital social con relación a los casos de estudio	137
Figura 18. Estructura del capital social en la comunidad palestina, siria y libanesa	155
Figura 19. Propuesta de distinción de árabes según el origen de los habitantes	160
Figura 20. MIHOCS	168

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo	Página
Anexo 1. Guía para entrevistas	191
Anexo 2. Estructura general del proyecto	193
Anexo 3. Pantallazos del manejo de NVivo	194
Anexo 4. Listado de siglas, abreviaturas y acrónimos.....	198
Anexo 5. Porcentajes de acuerdo de codificación por variable	199
Anexo 6. Evolución del territorio de Palestina.....	200

INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora representa una oportunidad de estudio que hasta la fecha se posiciona como una temática pertinente de estudio por parte de las comunidades académicas, en este sentido, se perfiló inicialmente la caracterización de capacidades emprendedoras en empresarios de la ciudad de Barranquilla, Colombia, los cuales fortuitamente son en una buena parte de origen árabe, esta característica requirió mayor profundidad, lo cual permitió identificar que el rasgo de origen se asocia con el desarrollo de la habilidad emprendedora, a partir de ello se propone con esta investigación un estudio de caso acerca del capital social y la cultura en el emprendimiento empresarial de las PYMES palestinas y sirio-libanesas del sector comercial en Barranquilla, Colombia; se analizan el proceso de emprendimiento, capital social y cultura de las PYMES palestinas y sirio-libanesas, identificando los rasgos del emprendimiento, explorando los factores de la cultura árabe y el capital social (adaptación y relación con el entorno), determinando las propiedades asociadas a la cultura y la tradición de los líderes emprendedores palestinos, sirios y libaneses de las PYMES en Barranquilla para así, detallar los cimientos y bases de las mismas y como su cultura ha tomado auge en un país, representando costumbres, tradiciones, formación de liderazgo, máxima responsabilidad y compromisos, creación de estrategias y autonomía en cada una de las acciones que se realicen, direccionadas hacia la competitividad.

Existen características del capital social y de la cultura de la comunidad palestina, siria y libanesa que influyen en el emprendimiento de las PYMES en el sector comercial de Barranquilla, como variables trascendentales orientadas a la creación de empresas, la sostenibilidad y la competitividad, a partir de la cual se genera una cultura organizacional, en ámbitos de manejo de la comunicación, y lineamientos de ventajas competitivas. Al finalizar esta

tesis, se espera explicar de manera holística las características de la comunidad palestina, siria y libanesa inmersa en la categoría de PYMES, tales como: los rasgos de una cultura influyente en los manejos y logros de un sector o grupo empresarial, también servir de fuente desde el punto de vista histórico, retratando una cultura en extensión, es decir la influencia de otras culturas en el emprendimiento.

La estructura documental de la investigación comprende el abordaje de la temática referente a la problemática central de investigación, se establece el contexto histórico, antecedentes y principales epicentros de conocimiento que permiten conocer y describir el problema de investigación, así como se establecen las preguntas orientadoras y los objetivos investigativos que guían el estudio. De igual forma se presenta la delimitación y alcance de la investigación y los justificantes que garantizan la pertinencia y relevancia de la ejecución del estudio.

Se condensa la exploración y revisión de literatura para la formación del estado del arte del conocimiento en los diferentes núcleos y líneas de conocimiento, se asumió una perspectiva de organizaciones como objeto de estudio de la administración, la revisión documental presentada establece un contexto histórico y permite conocer las principales teorías y corrientes de conocimiento desarrollada por diferentes autores a través del tiempo, en los principales ejes temáticos de la investigación como lo son el emprendimiento (Drucker, 1986; Mises, 2007; Schumpeter, 1989), la cultura (Hofstede, 1980; Smircich, 1983; Triandis, 2004) y el capital social (Bourdieu, 1986; Coleman, 1990; Putnam, 2000).

El componente teórico de la investigación realiza un recorrido referente a la conceptualización del emprendimiento, entendido desde su vinculación con el afrontamiento de retos y características de quienes logran desarrollarlo, igualmente con el contexto de las organizaciones PYMES en Colombia, en la cultura y capital social se realiza el despliegue social y

organizacional que ha resultado del proceso de revisión. De igual forma teóricamente se argumenta sobre el caso de la comunidad árabe representada en este estudio por los palestinos, sirios y libaneses, posicionados como los grupos culturales de mayor trascendencia en la construcción del departamento del Atlántico desde diferentes sectores (Yidi, David y Lizcano, 2007).

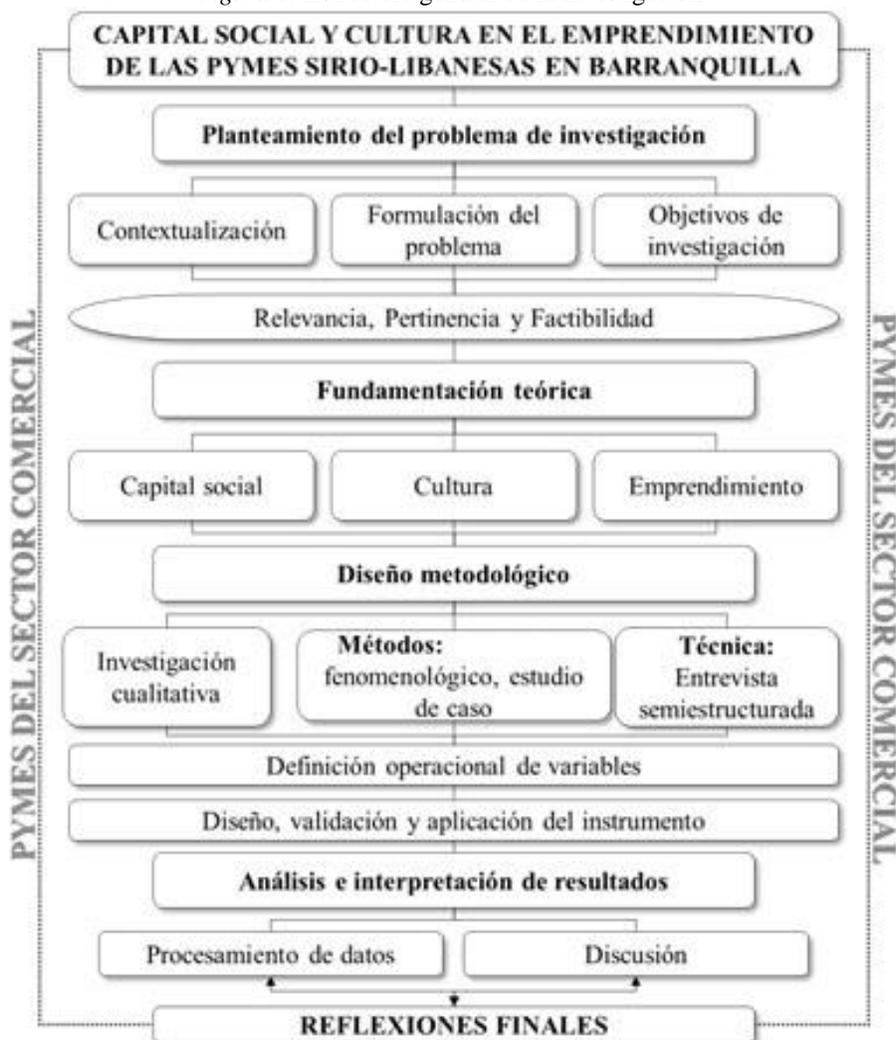
Definida la estructura metodológica, mediante la cual se ha desarrollado la investigación a partir de las características históricas y transversales del problema, el enfoque cualitativo ha resultado la forma más apropiada de abordar la problemática de investigación, siendo sustento metódico la aplicación de la fenomenología, enfoque que permite la interpretación de las experiencias de los actores; y el estudio de caso que identifica y argumenta características en unidades de análisis específicas. Como herramienta metodológica también se ha posicionado la técnica de entrevista semi-estructurada aplicada en actores vinculados a PYMES de la comunidad palestina y sirio-libanesa. De igual manera, el apartado metodológico sintetiza el despliegue de procedimiento, dimensiones y argumentos que han sido orientadores y garantes del desarrollo de una investigación cualitativa válida y cuyos resultados sean confiables para las comunidades científicas asociadas.

Se presentan los resultados obtenidos posterior a la aplicación del instrumento en el trabajo de campo, así como su procesamiento sistematizado y la respectiva interpretación, se conocieron características puntuales en las tres vertientes de investigación, resultados como las motivaciones para la inmigración de los habitantes de la comunidad palestina, siria y libanesa, objetivos y conocimientos permitieron contrastar la proposición general de la investigación y establecer un argumento crítico sobre los resultados puntualizados en la discusión.

Como reflexión final se puede resaltar que se encontraron elementos y factores influyentes y determinantes de la cultura y en el emprendimiento de los casos de estudio analizados, dando peculiar importancia a los valores de la confianza y el resarcimiento hacia el país receptor, así mismo en el tema de la competitividad se encontró que los árabes inmigrantes, además de contar con una orientación clara hacia el comercio, supieron sortear las oportunidades que el mercado local les ofrecía, adentrándose en negocios exitosos para cada época de llegada a saber: el comercio de víveres, textiles, electrodomésticos y productos del campo. Sin embargo, parte de lo encontrado en esta investigación, es que la comunidad árabe inmigrante, no tenía muchas opciones para participar de oportunidades laborales formales al no contar con estudios en diferentes disciplinas o simplemente no hablar propiamente el idioma, dificultad que no se vio traducida en fracasos.

Con el fin de presentar un resumen estructural referente a los diferentes apartados que integran la investigación que soporta la tesis doctoral, a continuación, en la figura 1 se presenta una aproximación a los principales ejes temáticos que constituyen el estudio y orientan los resultados del proceso de la investigación realizada.

Figura 1. Estructura general de la investigación



Fuente: Elaboración propia

1. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

En el contexto nacional son diversas las condiciones y factores que influyen en la actividad emprendedora y en la creación de nuevas empresas en todos los sectores económicos; esto va de la mano de las motivaciones, formación, cultura y expectativas de los seres humanos afines a la actividad del emprendimiento. Aspectos como el apoyo gubernamental, el contexto macroeconómico, el trabajo de redes, la asociatividad, la innovación como estrategia transversal de la organización, los negocios internacionales, la realidad social, política y económica colombiana y el acceso a la educación son algunas de las variables que dibujan el entorno en el cual los emprendedores toman la decisión de crear nuevas iniciativas empresariales.

Dentro de este contexto, en la actividad emprendedora inciden diferentes factores importantes, siendo uno de estos la cultura del emprendedor. Esta se define como un modelo gerencial, caracterizado por el origen, tradición, formación, género y actitudes de sus representantes, que se vincula con los matices y patrones de las organizaciones. Analizando en la investigación el caso de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en Latinoamérica, que además constituyen gran parte de las organizaciones en Colombia y concentran cifras positivas en sostenibilidad e innovación. Sin embargo, a pesar del constante trabajo y crecimiento de las mismas, son muchos los obstáculos a los que se deben enfrentar, entendiendo a estos como los principales problemas que afectan a las PYMES en el inicio y en el desarrollo de las actividades económicas.

Estudios realizados en México en el año 2013 aseguran que el aspecto étnico es importante, pues a través de este se construye una identidad en el trabajo, resaltan las relaciones y redes que los empleados ahí construyen creándose grupos informales dentro de ella que fortalecen el

capital simbólico, elementos que aquí se construyen y se comparten entre ellos mismos traduciéndose muchas veces en emprendimientos y trabajo colaborativo. Dicho estudio sobre el grupo étnico mixe de Oaxaca demuestra que, al compartir un idioma, lengua o tradición, las personas logran mantenerse mucho más tiempo en la organización, muchas veces infundada por sentimientos de gratitud y de reconocimiento por los miembros de su comunidad (Urbiola, Verano y Castillo, 2013).

Por otra parte, se encuentra el capital social, definido la como capacidad de adaptación e interrelación del individuo con el entorno y; por último, el emprendimiento tomado como la capacidad creadora de negocios sostenibles y competitivos e innovación en productos o servicios. Rodríguez (2003) identifica tres características consideradas por las PYMES como obstáculos, en adición de los más sobresalientes según sus líderes: 1. Ser percibido de manera negativa por las PYMES, 2. Que produzca un sobrecosto en tiempo y/o dinero y 3. Un problema exógeno y fuera del alcance de la organización.

Los principales obstáculos encontrados en Colombia desde el punto de vista de los emprendedores son de manera jerárquica: la situación económica del país, las oportunidades de financiamiento, el sistema tributario y la negociación con el mercado interno. En promedio el 50% de las PYMES en Colombia, encuentra que sus ventas al mercado interno, la capacidad para invertir y su recurso humano han reducido por causa de la situación económica. Solo el 5% del total creen que esta situación además ha afectado sus exportaciones, lo que tiene coherencia teniendo en cuenta la baja actividad exportadora de las PYMES que solo se ha acrecentado en los últimos años a partir de los tratados de libre comercio vigentes. Así mismo lo demuestra la estadística a mayo de 2013, donde el 55,8% de las exportaciones de Colombia se realizaron con países con los cuales se tiene acuerdos comerciales vigentes por valor de US\$13,550 millones,

valor más bajo para el mismo periodo en el 2012 con un 58,1% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT], 2013).

A principios del siglo XX, por ejemplo, la economía del país no era la mejor, pues se vivía una guerra civil comandada por la dictadura del general Rafael Reyes, razón por la cual nuestro país no era el destino final de muchos extranjeros que huían a América en busca de mejores oportunidades y en ocasiones de percusiones políticas, sin embargo, esto no fue impedimento para que algunos árabes, europeos, judíos y otros ciudadanos vecinos del país empezaran a instalarse en el norte de Colombia. Llegaban a través de Puerto Colombia estableciéndose en principio en Barranquilla, la segunda ciudad más importante del país a finales de los 1800 e inicios de los 1900, con un nivel sobresaliente en sus condiciones socioeconómicas y demográficas. Para la época entre 1910 y 1940 las pocas exportaciones que salían hacia Europa se congelaron en gran medida por las guerras mundiales, situación que impidió el intercambio de productos, en general frutas y minerales de nuestro país (Astudillo, 2008).

El comercio era sin duda la actividad que prevalecía dentro de los nuevos inmigrantes sobre todo los árabes, sirios, palestinos y libaneses; los de la comunidad palestina, siria y libanesas, hay que advertir que también se destacaron en el campo de la economía. Entre las primeras familias que desembarcaron en la costa colombiana a principios del siglo XX estaban las familias Meluk y Rumié, quienes inicialmente se establecieron en las ciudades de la costa colombiana, en especial en Cartagena, principal centro del comercio y los negocios en aquella época, para luego probar en otras ciudades del interior del país como Bucaramanga, Pasto y Buenaventura, dada las oportunidades que ofrecía cada región (Fawcett, 1991).

A finales de 1800, la familia Abuchar, por ejemplo, se dedicaba a la explotación del caucho, con el tiempo hicieron sociedad con la familia Meluk, con el fin de explotar plantaciones de caña

de azúcar. Pasado el tiempo, en la década de 1930 su presencia también se vio en el sector industrial en diferentes ciudades del país, productos de marroquinería, cuidado personal, telas y asociados, así como tipos de empaques para su mercancía en fábricas al norte del país.

La dinámica era repetitiva y los palestinos, sirios y libaneses (los árabes, sirios, palestinos y libaneses del siglo pasado) demostraron poseer una devoción por el trabajo, al que soportaban con su habitual experiencia comercial y en ocasiones la facilidad para el comercio exterior. De esta forma los sirios, libaneses gran parte de la comunidad árabe encontraron en Colombia un lugar apto para ampliar sus horizontes en los negocios, los cuales supieron explotar oportunamente (González, 1998).

El caso de la comunidad palestina, siria y libanesa fue escogido en esta tesis, debido a que fue la comunidad más numerosa luego de la española en establecerse en tierra colombiana e históricamente activa en materia emprendedora. Este estudio busca hacer una mirada histórica a este grupo poblacional y cómo su cultura y su capital social ha influenciado en sus negocios, reflejado el emprendimiento, la sostenibilidad y la innovación. El problema de esta investigación conjuga no solo las competencias emprendedoras de los líderes presente en la cultura árabe, sino también la búsqueda de canales que les permitan cumplir un modelo exitoso de gestión.

1.2. Delimitación

La investigación se enmarca y delimita analizando miembros relacionados con la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, Atlántico en Colombia. Esta agrupación integra diferentes inmigrantes y descendientes de integrantes de los países árabes del levante mediterráneo: Siria, Líbano y Palestina, caracterizados por ser las naciones que mayor número de inmigrantes asentados históricamente en la ciudad (Yidi, David y Lizcano, 2007).

La comunidad árabe en Colombia representa la colonia foránea más grande del país, aunque no existen datos precisos acerca de las primeras oleadas migratorias, se estima que a partir de 1880 desembarcaron en el país entre 300.000 y 500.000 personas, gran parte de las primeras migraciones entre principios del siglo XX y finales del XIX eran cristianos, datos extraídos de informes del Ministerio de Cultura de Colombia por Behaine et al. (2011) indican que en términos de cantidad la primera migración árabe fue la más importante, la segunda en 1940 sucede en el marco de la segunda guerra mundial atrayendo nuevamente más cristianos, siendo la última migración a partir de 1980, aquella que trajera el mayor número de musulmanes, afectados por la invasión de Israel al Líbano en 1982 en respuesta a los ataques realizados por la guerrilla de la Organización para la Liberación de Palestina (OLP) y del movimiento islamita denominado *Hezbollah*; así le siguieron en 1985 el ataque aéreo de Israel a la OLP en Túnez y en 1987 la guerra civil árabe en territorios de ocupación israelí.

Gran parte de los árabes inmigrantes de Colombia ingresaron por mar y se asentaron en diferentes puntos del territorio, caracterizados principalmente por ser zonas rivereñas como: Magangué, Lorica, Mompo, entre otros, pero con el tiempo fueron movilizándose a las ciudades principales de diferentes departamentos, buscando ser más competitivos y mejores oportunidades de educación para sus hijos. En el caso de Barranquilla, al contar con las oportunidades que ofrece su ubicación estratégica, la comunidad palestina, siria y libanesa logró permear en el territorio en diferentes escenarios, destacándose en el campo político y comercial, sobresaliendo participando como parte relevante en el crecimiento y desarrollo de la ciudad; para esta investigación la población participante pertenece al sector comercial de Barranquilla-Atlántico, puntualmente en los negocios gastronómicos, almacenes de venta al por mayor y al detal y empresas de servicios.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar las características de los procesos de emprendimiento, la cultura y el capital social en las PYMES del sector comercial de la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, Colombia, con el fin de examinar su vinculación y contribución en el desarrollo económico y social del territorio.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los rasgos del emprendimiento presentes en las PYMES palestinas y sirio-libanesas del sector comercial de Barranquilla.
- Explorar las características del capital social de las PYMES palestinas y sirio-libanesas y los factores influyentes en su desempeño y permanencia.
- Determinar las propiedades asociadas a la cultura de los líderes emprendedores de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla.

1.4 Pregunta de investigación

¿De qué manera los rasgos asociados al capital social y a la cultura árabe se hacen evidentes en los procesos de emprendimiento de las PYMES del sector comercial en esta comunidad ubicada en Barranquilla, Colombia?

1.4.1 Operacionalización del problema

- ¿Qué rasgos del emprendimiento se encuentran presentes en las PYMES del sector comercial de Barranquilla asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa?
- ¿Cuáles son las características del capital social de las PYMES palestinas y sirio-libanesas y los factores influyentes en su desempeño y permanencia?

- ¿Qué propiedades asociadas a la cultura predominan en los líderes emprendedores de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla?

1.5. Relevancia y pertinencia

Esta investigación es relevante en el contexto organizacional porque busca conocer los rasgos emprendedores en la cultura de las PYMES de la comunidad palestina, siria y libanesa en la ciudad de Barranquilla, Colombia. Esta nueva información funge como fuente de referencia a otros estudios sobre las PYMES y sobre la ocupación de la comunidad árabe, así como en el tema del emprendimiento y de la cultura. Igualmente representa un aporte a la disciplina administrativa y a hacer sobresaliente la contribución del intercambio e integración cultural en el desarrollo empresarial y sostenible de los territorios, teniendo en cuenta que en la ciudad de Barranquilla, el sector comercial es un sector de ascenso donde los árabes tienen participación.

La cultura desde la perspectiva antropológica de acuerdo a Hoffman (2014) dimensiona un sistema complejo de condiciones que el ser humano adquiere como integrantes vinculados de una comunidad y que incluye conocimientos, hábitos, creencias, valores, reglas, entre otros aspectos derivados de la convivencia social. Complementando esta perspectiva, se entiende como el interés en el sistema social regido por aquellas características propias de una comunidad que influyen en la relación con los grupos humanos, así como su comportamiento proveniente de los esquemas mentales adquiridos a través de sus normas y valores (Rendón, 2007). La temática de la cultura ha concentrado sus ejes de investigación, en su conceptualización desde lo social y en organizaciones, está se vislumbra desde la óptica de la cultura corporativa del negocio que incide en el comportamiento organizacional, así como en los diferentes estilos de gestión que se pueden apropiar desde las organizaciones (Cameron y Quinn, 2011).

En Colombia el emprendimiento ha sido un tema pertinente en las diferentes estrategias territoriales de desarrollo, en palabras de Vásquez (2011) ha sido una línea mayormente relegada a la academia, por lo que su fomento se ha concentrado en la presentación y financiación de proyectos. No obstante, emprender no es una actividad meramente académica, representa una oportunidad de generar desarrollo mediante iniciativas empresariales y que en muchos casos no han requerido de trayectoria formativa o las bases de estructuración de un proyecto de inversión, por lo que el emprendimiento puede ser contemplado desde diferentes puntos de vista y el tema cultural representa una oportunidad de examinar capacidades emprendedoras desde el ser y su experiencia de vida, por lo que para la teoría administrativa, esto representa una perspectiva que complementa la construcción y fomento del emprendimiento, no solo mediante la estructuración de proyectos de inversión, sino como un elemento que puede formar parte de la vida cotidiana en las comunidades.

Con la investigación se identificaron algunos patrones a partir de los análisis de los perfiles de los casos estudiados, donde se demuestra que al igual que en otros estudios étnicos, existen lazos culturales que fortalecen la cultura organizacional y que crean redes de trabajo con capital simbólico que les permite mantenerse unidos con bajos niveles de rotación.

Para una región que se encuentra geográficamente favorecida por su entrada al océano Atlántico y la navegabilidad de sus ríos, puerta de entrada cultural, tecnológica y empresarial del país, es pertinente conocer y multiplicar las historias y modelos de éxito de la región, teniendo en cuenta que son las empresas PYMES quienes se encuentran en mayor proporción dinamizando la economía en los sectores más importantes del comercio, la industria y el servicio.

Otra razón importante, se puede soportar en lo afirmado por Varela (2004), referente al espíritu empresarial que hace parte de cada ser humano y que es desarrollado por cada uno que

decide hacerlo parte de su proyecto de vida, como engranaje y motor. Por ejemplo, Weber (1990) tenía un alto sentido de vocación hacia el trabajo, el uso de una ciencia vocacional tenía una pretensión de un trabajo apasionado que estuviese al servicio de los demás pues para él, a partir de la pasión se obtiene el vivo auténtico que transforma la labor diaria en vocación, de esta forma el trabajo supone la dignidad al servicio del otro del otro, sin embargo, para él la pasión no es suficiente si esta no va en relación con la capacidad y realidad misma de trabajo. Estas ópticas denotan que la cultura organizacional es movida por seres humanos que en principio tomaron la decisión de ser vanguardistas, que además están dotados por competencias, que luchan por hacer crecer las regiones para que se dé un verdadero desarrollo a nivel nacional.

Este es un siglo de cambios y de sobresalir de la competencia por rasgos muy particulares. A partir de este estudio, se podrá conocer la esencia de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla, y como su cultura ha sido sinónimo de crecimiento y de enseñanza en un país donde el desempleo es un tema de interés nacional. Por otra parte, este estudio es pertinente debido a que la comunidad que se analiza es de gran relevancia e importancia para la ciudad, por ser fuente de empleo y por enraizar su cultura árabe dentro de las tradiciones del Caribe colombiano, tema además que requiere de nuevas investigaciones, que ayuden a tener de manera detallada las cualificaciones, aptitudes y motivaciones necesarias para ser exitoso en países migratorios.

Por otra parte, el análisis de la cultura y el capital social en el emprendimiento de las PYMES palestinas y sirio-libanesas permiten identificar como aquellas características culturales propias de la etnia, y la capacidad de adaptación para sobrevivir en un entorno turbulento o inestable, pueden tomarse como factores de éxitos en un modelo de negocio específico, así mismo, su

aplicabilidad en otras empresas, es decir, como influye la cultura árabe en la cultura organizacional de las PYMES.

De esta manera las organizaciones podrían tomar el modelo gerencial de las empresas palestinas y sirio-libanesas como modelo de gestión para sus organizaciones, de tal manera que puedan tomar aquellos aspectos de la cultura nombrada anteriormente y que impacten positivamente en la organización en términos de iniciativas de negocio, sostenibilidad y competitividad empresarial. Para la academia y la disciplina administrativa es de gran importancia contar con el desarrollo de investigaciones que articulen las temáticas empresariales con ópticas de las ciencias sociales y humanas, que permitan alimentar y enriquecer el conocimiento científico administrativo que en esencia aglutina principios socio-antropológicos como la cultura y el capital social, influyentes en el desarrollo de las empresas en el tiempo y de diferente forma en diversas civilizaciones y comunidades.

2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La realización de la tesis requiere argumentar el conocimiento y los aspectos que se trabajan en el desarrollo de la investigación. Por ello, se recurre mediante la revisión documental y de literatura a soportar en un andamiaje teórico y contextual las dimensiones principales que constituyen el estudio. Por tanto, este documento se enmarca en el desarrollo teórico del emprendimiento, analizando su aplicación y relación con los emprendedores, la cultura desde su origen como parte de la estructura social y el desarrollo histórico del capital social, cada una de estas dimensiones vinculadas con las organizaciones como parte fundamental de los estudios en administración, a la par que se ha contextualizado en lo referente a la comunidad palestina, siria y libanesa como objeto de estudio, así como las PYMES que integran parte del tejido empresarial de la ciudad de Barranquilla, Atlántico en Colombia, escenario de la investigación.

2.1. Emprendimiento

Schumpeter (2003) es considerado de los primeros autores en hablar sobre el emprendimiento y quién percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones, o en otras palabras, el sujeto capaz de revolucionar y transformar una invención, o buscar una nueva forma de producir un producto ya establecido en el mercado o completamente nuevo; innovación en su material; o una nueva organización de la compañía, por ello es responsabilidad del emprendedor la reinversión constante de la forma de crear y capturar valor, de tal manera que su labor se posicione como la de un líder de cambios que dinamice la actividad de las organizaciones vinculadas a su dirección emprendedora.

Son este tipo de actividades las que se traducen en prosperidad y que revolucionan la organización de la estructura económica y la inestabilidad asociada al impacto en el nuevo método, bien o servicio. Este tipo de actividades, son constantemente rechazadas por las

empresas, pues se teme al cambio y a la inversión en el recurso humano como motor generador de innovación. Es por esto que para actuar bajo la premisa del emprendimiento se necesitan personas con competencias emprendedoras que cuenten con las actitudes y habilidades necesarias para impulsar los cambios y emprender nuevas ideas.

Emprendimiento encuentra su origen etimológico en el francés *entrepreneur* bajo el significado de pionero, añadiendo en el sujeto habilidades y capacidades para alcanzar metas propuestas, así como para hacer alusión a la acción de iniciar un proyecto u organización siendo este término luego vinculado a sujetos innovadores, generadores de valor y actores del sector empresarial que agregan valor a productos y servicios definidos (Universidad Santo Tomás, 2010).

La función del emprendedor no se limita a la mera invención de un producto, representa trazar planes de acción que permitan a la empresa encaminar acciones que se cumplan y permitan aprovechar su potencial a través del cambio.

Schumpeter (1989) afirma que los procesos de innovación presentan un carácter dinámico en una sociedad capitalista, debido a que la fundamentación del mencionado sistema económico no sería coherente con un balance no dinámico, ya que sería el campo propicio para los emprendedores para proponer innovaciones y establecer a su vez monopolios. Uno de los principales motivadores para los emprendedores es en primera instancia el dinero, pero es cortoplacista y utilitario en la creación y emprendimiento de nuevas innovaciones de fácil imitación. El concepto anterior difiere de la teoría neoclásica del desarrollo que concibe el proceso innovador como un sistema armónico y en evolución.

Como consecuencia a los riesgos de un nuevo método de desarrollo, era importante para Schumpeter (1989) tener en cuenta no solo habilidades técnicas y experiencia aplicada, sino

olfato empresarial y estratégico. El autor contempla la estrategia desde la acción, una manera de buscar y dar respuesta en el campo competitivo, este principio se desliga de la concepción neoclásica ortodoxa que orienta que los esfuerzos de la empresa están enfocados hacia solo la consecución de rentabilidad.

Los emprendedores son elementos disruptivos que plantean la llegada de nuevas eras en los mecanismos económicos vigentes. Cole (1999) define el emprendimiento como una misión empresarial que permite el crecimiento y desarrollo de forma sostenida, de tal forma que se asegure su rendimiento en el tiempo.

Diversos autores han hecho especial énfasis en que el emprendimiento es hoy un proceso innovador, mucho más allá de llevar un balance positivo o de adquirir las nuevas tecnologías necesarias para competir en un mercado cada vez más cerrado, pero parecido. Porter (2009) lo expone como la manera de hacer cosas similares a los competidores, pero de una manera diferente.

Hernández (2013) establece una propuesta de la educación emprendedora desde una óptica artística, al mencionar que el emprendimiento más que seguir un procedimiento científico, está fundamentado en el arte del ser humano en crear metodologías que garanticen la satisfacción de sus necesidades, este principio artístico encuentra un adecuado espacio en el mundo contemporáneo, caracterizado por el auge de la economía naranja y las industrias creativas.

No obstante, García, Álvarez y Reyna (2007) expresan que en el desarrollo del emprendimiento intervienen elementos desde dos frentes, desde el ser, las características del plano intrapersonal (personalidad) y extra-personal (relaciones sociales); como desde el entorno, los factores generadores (necesidades y oportunidades) y factores potenciadores (políticas, programas y proyectos de fomento). Hernández (2013) expresa que en el fomento del

emprendimiento por parte de los gobiernos inciden tres ejes fundamentales, planes de educación empresarial, financiación y disposición de recursos y políticas gubernamentales. Así pues, puede afirmarse que es relevante para el proceso de emprendimiento las diferentes estrategias que los gobiernos determinen en el proceso de fomento y aceleración de unidades de negocio en los diferentes contextos sociales.

Existen varios enfoques desde donde analizar el emprendimiento, dos de ellos con la escuela comportamental y la escuela psicológica. Marulanda, Correa y Mejía (2009) definen desde el primer enfoque al emprendimiento como aquel sistema organizado y programado de acciones que se requiere para la generación de unidades estratégicas que permiten la capitalización de una o diferentes ideas y definen la creación de una organización como un conjunto de actividades compuestas por numerosos fracasos o éxitos, de perseverancia y una de decisiones que apunten al éxito.

Gartner (1989) pertenece a la escuela psicológica y expone que, los emprendedores se distinguen por su necesidad de cumplimiento, autorrealización, vocación por definir su rumbo y cumplir sus objetivos, asumiendo los riesgos que los procesos representen. Esta perspectiva a diferencia de la anterior es una visión desde el emprendedor y lo que desde sus comportamientos y actitudes individuales puede lograr.

Para Drucker (1986) una de las características fundamentales del emprendedor es la innovación. Este pensamiento es acorde con lo que Schumpeter (2010) expone en su teoría, relacionando al emprendedor con innovación como dos términos tácitos y entrelazados entre sí. El emprendedor a su vez debe ser un sujeto disciplinado, que contrario a lo que lo muchos pensarían no es aquel que toma riesgos sin medidos, es un sujeto que calcula, planea y practica la innovación y la estrategia dentro de su disciplina emprendedora, además también afirma que de

todos los emprendedores innovadores que conoce, estos nunca toman riesgos innecesarios son exitosos porque limitan y minimizan sus riesgos puesto que analizan sistemáticamente las fuentes de oportunidad de innovación y luego la eligen para aprovecharla y explotarla. Esto quiere decir que para Drucker (1986) el emprendedor además de ser aquel que inicia un nuevo negocio o producto, es aquel que apunta al mejoramiento continuo de los mecanismos y procesos internos de producción, usando la innovación como herramienta.

Una visión pragmática es la que expone Vesper (2010), al contrario de Drucker (1986), que no encuentra al sujeto orientado a la teoría; más bien al hacer *a la practicidad*. Su desempeño está más sustentado por los resultados de la experiencia aplicada, verificando en el trayecto los cursos de acción que generan resultados y cuales no corresponden a los propósitos de su actividad. Define al emprendimiento desde la organización como aquella práctica que involucra las iniciativas de los empleados de la línea más baja de la organización con el fin de generar nuevas ideas, una innovación que es creada sin que la línea de mando la solicite.

Vesper (2010) observa que muchos sujetos comunes encuentran las mismas dificultades que aquellos que emprenden y realizan sus ideas de negocio, además sugirió algunos tipos de emprendedores expuestos a continuación en la tabla 1.

Tabla 1. Tipología de los emprendedores

NOMBRE/ TIPO	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Iniciador	Entra en un negocio independiente mediante la creación de uno nuevo
Adquiridor	Entra en un negocio independiente adquiriendo una preocupación constante
Corredor	Administra una pequeña o mediana empresa más allá de la puesta en marcha
Artistas del despegue	Jalonar una empresa hacia una trayectoria de alto crecimiento
Artistas del cambio	Salva una empresa en crisis
Innovadores	Hace que algo nuevo pase, pero no precisamente crear una empresa

NOMBRE/ TIPO	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Campeones	Apoya al innovador
<i>Intrapreneur</i>	Toma la iniciativa para la creación de la unidad de negocio dentro de un negocio establecido
Capitán de industria	Administra un gran negocio

Fuente: Adaptado de Vesper (2010)

Berger (1991) tiene una aproximación práctica y argumenta que el emprendedor es del ámbito local y que repite comportamientos aprendidos desde su nacimiento, en contraposición a la vista de autores como Gerschenkron (1974) y Hirschman (1958) de la línea económica, quienes describen que, si las condiciones económicas del país no son favorables, el emprendimiento se verá estancado. Berger (1991) explica a través de la analogía del sistema eléctrico que la cultura es el conductor y el emprendedor es el catalizador. Vale la pena aclarar que, entre los científicos sociales comprometidos con un análisis cultural del fenómeno emprendedor, los psicólogos sin duda sobresalen, aunque solo sea para demostrar la necesidad de separar los factores psicológicos de la iniciativa empresarial de los de la cultura.

McClelland (1967) ha sido capaz de identificar los factores psicológicos ceñidos a la iniciativa empresarial, estipulando que los diferentes individuos poseen unidad y la motivación en diferentes grados. Muy probablemente estas diferencias son el resultado de un complejo proceso de socialización en el que psicológica y genéticamente, factores como la familia y la clase social interactúan en una variedad de forma, pero es importante tener en cuenta que se requiere de condiciones culturales para dar forma y sentido a los potenciales individuales. En un tipo de cultura Berger (1991) expone que las personas en lo alto de la medición de la motivación de la escala empresarial pueden convertirse en empresarios exitosos, y de otro tipo, podrían inventar un nuevo giro en el ritual del chamanismo.

En cualquier caso y reafirmando la analogía anterior, es la cultura la que sirve de conductor y el empresario emprendedor de catalizador. El enfoque desarrollado por Berger (1991) insiste en que cualquier análisis de casos de emprendimiento, ya sea de la historia o del hoy, en sociedades subdesarrolladas o en las sociedades industriales avanzadas, se debe tener en cuenta la interpenetración de los factores ideacionales y no-ideacionales, incluidos los de la economía, la tecnología y la política. Por otra parte, el enfoque cultural delineado aquí en sus contornos generales es más amplio que lo que el uso común sugiere, abarca todas las formas compartidas de pensar, creer, entender y sentir, así como los de las prácticas de trabajo, el consumo, y la interacción social en general. Poco a poco y de manera progresiva los elementos que constituyen una nueva forma de vida se convierten en habituales, rutinarios y, finalmente, institucionalizados, siempre que las realidades políticas les permitan desarrollar. Además, la fuerza de las ideas debe ser lo suficientemente potente como para permitir a los individuos y grupos poder superar las limitaciones con frecuencia asfixiantes que tiene que ver con las tradiciones y otros obstáculos en un mundo a menudo hostil y conservador. Este tipo de aproximación cultural a la iniciativa empresarial, según Berger (1991), es capaz de mostrar cómo el crecimiento económico se desarrolla a partir de la mirada *de abajo hacia arriba* y no de *arriba hacia abajo*, el proceso es impulsado por los esfuerzos de los individuos y sus grupos para lograr ciertos objetivos, entre los que el beneficio económico y el auto-desempeño deben competir con los de la sociedad.

Varios autores se contraponían al pensamiento de Schumpeter (1989), entre ellos Mises (2007), Hayek (1944) y Kirzner (1974). Ellos compartían la relevancia y la visión que el emprendimiento aportaba al proceso de desarrollo capitalista, no coincidían en el concepto de sujeto y su quehacer, así como tampoco en su posición frente al capitalismo en el futuro.

Es singular la diferencia de posturas de Schumpeter (1989) y Mises (2007), teniendo en cuenta que ambos fueron contemporáneos en la escuela austrohúngara; sin embargo, en el tema del emprendimiento y la dinámica económica encontraron varias diferencias. Mises (2007) consideró que el espíritu emprendedor está presente en todos los comportamientos humanos debido a lo irracional en ocasiones de estas acciones, y no está limitado solo a un tipo particular de personas.

Para Mises (2007), el emprendedor busca conocer a partir de un escenario inestable, los indicadores de mercado referentes a pérdidas y ganancias, y oferta y demanda. Si el ejercicio se ha llevado a cabo de manera exitosa, generará ingresos para la organización; de lo contrario, asumirá las responsabilidades y consecuencias por la toma de decisiones. A partir de estas actividades se da respuesta a los requerimientos del mercado. A medida que avanza la experiencia adquirida en estos eventos, el conocimiento se incrementa a través del tiempo, pues para Mises (2007) la competencia emprendedora repetida reduce progresivamente la incertidumbre. Así, define que la función del emprendedor es coherente con el comportamiento humano que recién se describió, del mismo modo se concluye que el papel emprendedor puede ser ejecutado por cualquier sujeto con la intención de cambiar sus condiciones actuales para adquirir resultados a futuro. El emprendimiento de forma literal y en sentido amplio, se orienta en conocer en profundidad las condiciones del entorno de negocios, con el fin de diseñar e implementar estrategias que permitan dar respuesta a estas y lograr rendimientos para la organización.

Ravier (2006) expresa que estas perspectivas en su momento generaron tensiones personales entre las ópticas de Schumpeter (1989) y Mises (2007); ello responde a que Schumpeter, si bien es hijo de la escuela Austrohúngara, su pensamiento fue evolucionando con los años y se vio

influenciado por las teorías y posiciones del francés Walras y de los alemanes Weber y Marx. Schumpeter también deja ver su línea Marxiana donde enfoca su estudio sobre el capitalismo y su evolución, y del movimiento socialista (Ravier, 2006).

Este cambio en Schumpeter (1989) fue el que la escuela de Austria desde Mises (2007) y Kirzner (1999) no pudieron aceptar. Desde el emprendimiento y espíritu empresarial, Kirzner (1999) argumenta que el emprendedor se destaca al estar atento al mercado en situaciones de riesgo y de inestabilidad. Esta atención permite que el emprendedor se anticipe a la competencia. En consecuencia, el emprendedor no se asocia con un alto conocimiento de oportunidades en el mercado, sino a su instinto de alerta sobre que hacer con las oportunidades que oferta el mercado.

Kirzner (1999) hizo énfasis en la competencia, pues para él, el mercadeo es sinónimo de competencia, la dinámica de la experiencia y conocimiento en el entorno permitirá estar más preparado para futuras oportunidades. Para los austríacos de la misma doctrina filosófica, el énfasis que hace Schumpeter (1989) referente a que el emprendedor impulsa la funcionalidad de la economía inversamente al equilibrio de mercado, ayuda a promover la falsa percepción referente a que el emprendimiento no es requerido para la comprensión que, en un sistema de oferta y demanda, existe tendencia a la proporción de estas y demás variables que intervienen en el funcionamiento del mismo.

Kirzner (1999) coincide con Berger (1991) en las características del emprendedor como una persona que siempre está atenta y que es proactiva a nuevas oportunidades del sector externo, que busca información y tiene el espíritu investigador del conocimiento para sus nuevas tareas. El emprendimiento es una acción inseparable a la oportunidad de beneficio. En contraposición Schumpeter (1989), considera que los cambios hechos están siempre en pro del equilibrio.

Spinosa, Flores y Dreyfus (1999), creen que el ser humano encuentra su máximo esplendor cuando no está involucrado en una reflexión abstracta, sino cuando participa en el cambio de las prácticas de lo cotidiano en algún ámbito de su cultura; es aquí cuando la historia cambia, historia en este caso referida a la toma de decisiones y no a las guerras y las transferencias de poder político, cambiar las formas de entender y tratar con nosotros mismos. Los autores identifican el espíritu empresarial, la acción democrática y la creación de la solidaridad como los tres ámbitos principales en que las personas hacen la historia, y se centran en tres métodos para el cambio de historia: reconfiguración, reutilización de las prácticas comerciales que producen innovaciones en sus nuevos ajustes y la articulación.

Igualmente, la función del emprendedor no representa una actividad técnica, sino que hace parte de sus tareas cotidianas. El emprendedor es una persona común en la sociedad; sin embargo, es el emprendedor el llamado a tener la visión y el compromiso que la organización y la sociedad requieren para explorar oportunidades, así como la capacidad de ver la actividad humana de una forma diferente y con mayor claridad (Spinosa, Flores y Dreyfus, 1999).

Hay tres actividades que hacen parte del desenvolvimiento natural del emprendedor: encontrar un error o problemática, hacerla aparecer en varias facetas de la vida de cada uno y ver la reacción de los demás a una nueva interpretación. Esta es la forma en que los emprendedores hacen su aporte y reconfiguran las prácticas en la sociedad a la que pertenecen. Los emprendedores exitosos modifican los estándares de comportamiento en las sociedades que con el tiempo terminan institucionalizándose y repitiéndose por doquier por diversos agentes de cambio.

Para algunos autores el término de emprendedor es un sinónimo de innovador. Huseman et al. (1996) definen al emprendedor desde cuatro vertientes, una de ellas es el del emprendedor-

innovador, los otros son: el buscador de oportunidades, el creador de un negocio y el creador de una empresa, el innovador es el inventor y no es lo mismo al que encuentra una diferencia en un producto ya existente.

Existen tres factores claves en los éxitos de los emprendedores: en primer lugar, señalar que deben ser emprendedores muy trabajadores, aquellos con mucha energía puesta en el trabajo, muchas horas por día y comprometidos con la organización. En segundo lugar, son personas dinámicas, van a un ritmo muy rápido y se auto-regulan el stress. En tercer lugar, son agresivos (agresividad defensiva), cuando son atacados, rápidamente responden, no se quejan, agreden (Husenman et al., 1996).

Gibb (1987) define al emprendedor desde el punto de vista de las características personales, orientado hacia la empresa. También describe que los emprendedores aprenden mejor de otros emprendedores y que a su vez lo hacen haciendo. La innovación va de la mano del entorno, para él un solo emprendedor no basta, es necesario crear una cultura emprendedora en el exterior: en la escuela, el estado, las organizaciones. La innovación se podría definir como la creación y el aprovechamiento de oportunidades para multiplicarlas en diversas formas de hacer las cosas y que estas a su vez se vean reflejadas en mejores servicios, productos y procesos en las personas, la sociedad y sus organizaciones.

Esta óptica complementa la propuesta del emprendedor innovador de Schumpeter (2010), quien además expresa que pocos integrantes de la población general cuenta con las aptitudes de progreso ante resistencias y riesgos y que uno de los roles principales del emprendedor está orientado en la implementación de estrategias e ideas que dinamicen las operaciones. De tal forma que el cumplimiento de los objetivos y metas contribuyan al fortalecimiento empresarial, es decir en hacer las cosas.

Es imposible que una innovación se dé sin que suceda esto último. Existen aspectos relevantes en los emprendedores, pero si no existe el ambiente propicio para que se den los procesos de innovación, estas no aparecerán por arte de magia. Así se puede describir al emprendedor como un sujeto con un sinnúmero de atributos en su comportamiento y actitudes que son repetitivos dentro de una organización, algunos de ellos son: la iniciativa, la persuasión, asumir riesgos, pero de forma disciplinada y controlada, dinamismo, creatividad, autonomía, resolución de conflictos, orientación al logro, imaginación, auto-regulación, liderazgo y comprometido. El emprendedor no es lo mismo que un líder, aunque algunos autores los vean como sinónimos, tienen diferentes connotaciones, por ejemplo, el líder va en busca de dirigir el cambio (no provocarlo como tal) mientras que los emprendedores actúan principalmente como agentes de cambio. Sin embargo, hay que tener en cuenta que muchos emprendedores emergen aún en condiciones hostiles y poco favorables, donde el equilibrio entre la sociedad y el ser no es evidente. Por lo tanto, en el sistema educativo, Gibb (1987) sugiere que debería ser posible, sin renunciar a algunos de los valores básicos, a moverse con mayor flexibilidad a alentar a los estudiantes para hacer frente a las nuevas formas del mundo real, por ejemplo, a través de las siguientes pautas:

- Aprender desde la práctica.
- Motivar a los participantes hacia la búsqueda de conocimiento y conceptos más complejos, vinculados a una problemática que pueda abordarse desde una óptica multidisciplinar.
- Colaborar con el equipo en búsqueda de una mayor independencia de la información secundaria o el asesoramiento de expertos, incentivando de esta forma el pensamiento propio dando así la propiedad de aprendizaje.

- Fomentar el uso de sentimientos, actitudes y valores fuera de la información, lo que, en general, se enfocará en el aprendizaje experiencial.
- Proporcionar mayor facilidad para la construcción de redes y contratos en el exterior vinculados con su modalidad de educación.
- Ayudar a los individuos en la generación de respuestas más vinculados a las emociones en situaciones de conflicto, y alentarlos en la decisión y compromiso a través de actividades que impliquen panoramas de incertidumbre.

Por lo tanto, el principal reto de la iniciativa empresarial en relación con la educación y la formación es la adecuación de planes y programas de formación para la preparación para el aprendizaje en el mundo exterior. Gibb (1987) sugiere que la insuficiencia de muchos de los enfoques existentes ya ha sido cuestionada por los teóricos del ámbito de la administración y gestión.

Julien y Molina (2012) proponen que no se puede hablar de emprendimiento adoptando una sola visión general, pues hay que ver al emprendedor según su edad, género, origen y formación académica y a la organización como un caso en particular de acuerdo con su tamaño, sector económico y relacionamiento con otras organizaciones sin obviar el contexto socioeconómico próximo (el ambiente) o más amplio (el mercado) así como el tiempo en la historia en que se desarrolla el emprendimiento.

Con la finalidad de contextualizar el concepto emprendimiento, este se define como la actitud y aptitud de un sujeto que le permite desarrollar cursos de acción y estrategias para materializar nuevas ideas; que le permite avanzar un paso más, ir más lejos de lo que el mismo había alcanzado. Es lo que hace que una persona se esté midiendo todo el tiempo contra sí mismo y quiera alcanzar mayores y mejores logros para sí.

2.1.1. Perfil y características de los emprendedores

Hasta hace poco, los emprendedores no eran ampliamente estudiados, había una falta general de conocimiento y de información acerca de lo que los hace funcionar. El reciente interés recae en el número de casos exitosos de emprendedores que han hecho historia desde diferentes ámbitos. Es tal la importancia de este tema que la mayoría de las escuelas de negocios y universidades ofrecen ahora cursos de emprendimiento.

Siguiendo a Gámez y Abreu (2007), la mayor diferencia entre empresario y emprendedor se orienta hacia el énfasis que el empresario presenta hacia los resultados y rendimientos que su actividad económica genera, mientras que el emprendedor dirige su actividad hacia comportamientos más diferenciadores y en la aplicación de soluciones prácticas que solucionen problemáticas particulares. En este sentido se expresa que no todo empresario es o ha sido emprendedor, (a pesar de contar con el potencial de lograrlo), igualmente, no todos los emprendedores terminan siendo empresarios, sino que sus acciones pueden orientarse a diferentes campos sociales como: las humanidades, las ciencias, el deporte, entre otras, distinguiéndose igualmente el carácter emprendedor y la superación de restricciones. Baquerizo (2012) trae a colación equiparar emprendedores con conquistadores y empresarios con civilizadores, haciendo distinción en las habilidades de afrontamiento ante situaciones de marcada dificultad, siendo la innovación un factor elemental que ambas categorías aplican de forma diferente; resaltando que ambas perspectivas son igualmente necesarias para el desarrollo en comunidad.

Como resultado, los profesionales y empresarios de diferentes negocios han aprendido mucho acerca de lo que se necesita para ser exitoso y sobre todo de aprender de las experiencias de otros

emprendedores. Aunque no se ha encontrado el perfil emprendedor perfecto, hay muchas características que aparecen de manera repetida por diferentes autores.

Rye (1998) expone en su estudio sobre cómo comenzar y operar un negocio exitoso, los resultados de ciertas entrevistas realizadas a destacados emprendedores, a estos se les preguntó cuáles son las características que ellos consideran esencial para el éxito como empresario. Algunos pensarían que la formación académica es lo más importante, pero lo cierto es que los entrevistados destacaron características más simples como, la buena salud, pues esto les permite trabajar durante largos períodos de tiempo, y mientras están en el proceso de construcción de nuevos negocios/productos o servicios, se niegan a enfermarse.

En las pequeñas empresas, por ejemplo, donde no hay una estructura muy profunda en la gestión, el emprendedor debe estar allí, pues como no puede pagar una nómina para cada función en su organización, debe trabajar largas horas para poder cumplir en cada área. Rye (1998) explica que en la mayoría de organizaciones los empleados utilizan las licencias de enfermedad con otros fines. En el caso de los emprendedores, ellos no se encuentran en este grupo. Al final de la jornada de ocho horas, cuando todo el mundo se va a casa, el empresario suele seguir trabajando hasta la noche en el desarrollo de nuevas ideas de negocio.

A continuación, en la tabla 2 Christensen (1994) hace un recorrido por las diferentes características de los emprendedores desde 1848 hasta 1987, denotando que las características en general no han cambiado mucho de una época a otra.

Tabla 2. Principales características de los emprendedores

FECHA	AUTOR	CARACTERÍSTICAS
1848	Mill	Tolerancia del riesgo.
1917	Weber	Fuente de autoridad formal.

FECHA	AUTOR	CARACTERÍSTICAS
1934	Schumpeter	Innovación, iniciativa.
1954	Sutton	Deseo de responsabilidad.
1959	Hartman	Fuente de autoridad formal.
1961	McClelland	Asunción de riesgos, necesidad de logros.
1963	Davids	Ambición, independencia, responsabilidad, autoconfianza.
1971	Palmer	Control del riesgo.
1973	Winter	Necesidad de poder.
1974	Borland	Control percibido interno.
1974	Liles	Necesidad de logros.
1977	Gasse	Orientación por valores personales.
1978	Timmons	Autoconfianza, orientación hacia objetivos, innovación.
1980	Sexton	Reacción enérgica/ambiciosa y positiva Hacia los contratiempos.
1981	Welsh y White	Necesidad de logros, búsqueda de responsabilidad, aceptación de retos, asunción moderada de riesgos.
1986	Fernald y Solomon	Valores del emprendedor.
1987	Winslow y Solomon	Ligeramente sociopático.

Fuente: Adaptado de Christensen (1994)

La propuesta de Christensen (1994) vinculó un recorrido histórico que ha servido de base para establecer referentes en materia de las características del emprendedor. No obstante, los nuevos escenarios del siglo XXI han dinamizado la actividad emprendedora bajo nuevas metodologías que para los emprendedores ya no solo exigen la generación de resultados, sino su aceleración y desarrollo de unidades estratégicas para capacidades territoriales específicas y de aprovechamiento de las nuevas tecnologías. En este sentido se ha realizado una revisión que permitiera identificar las características que la comunidad científica ha determinado frente a grupos emprendedores, a continuación la tabla 3, presenta los resultados de la investigación documental.

Tabla 3. Principales características de los emprendedores – últimas dos décadas

AÑO	AUTOR (ES)	CARACTERÍSTICAS
1993	Angulo y Santana	Personalidad creativa e innovadora
2009	Martínez y Carmona	Competencia didáctica
2010	García, Martínez y Fernández	Actitud ante escenarios desfavorables
		Identificación de oportunidades
		Capacidad de dirección
		Necesidad de logros
2011	Mora	Innovación
		Control interno percibido
		Autoestima y motivación
2013	Ugalde	Aversión al riesgo
		Compromiso y disciplina
		Adaptación al cambio
		Conocimiento del mercado

AÑO	AUTOR (ES)	CARACTERÍSTICAS
2017	Picken	Habilidades directivas
		Aspiración a crecimiento
		Liderazgo dinamizador

Fuente: Elaboración propia

La comparación de las propuestas expuestas por los diferentes investigadores referentes a las características de los emprendedores en una ventana de 24 años. Sin duda están marcadas por la relevancia que la innovación y el cambio han adquirido en la gestión de organizaciones, hecho que guarda sinergia con políticas de gobierno que incentivan y fomentan el desarrollo emprendedor y la aceleración de unidades estratégicas de negocio como oportunidad de crecimiento económico para los diferentes territorios. Esta serie de perspectiva se sintoniza con el repertorio de características compilado por Christensen (1994), diferenciándose al integrar la relevancia que adquiere la gestión de la innovación y las habilidades que dinamizan y modelan la diferenciación como estrategia de supervivencia en un mercado cada vez más cambiante y turbulento.

Rye (1998) realiza un compilado de estas características explicándolas de la siguiente forma:

Autocontrol

Los emprendedores no funcionan bien en las organizaciones estructuradas y no les gusta que alguien tenga autoridad sobre ellos. La mayoría cree que puede hacer el trabajo mejor que nadie y se esforzará para obtener la máxima responsabilidad y rendición de cuentas. Disfrutan de la creación de estrategias de negocio y prosperar en el proceso de consecución de sus objetivos. Una vez que alcanzan una meta, rápidamente la reemplazan por otra con un objetivo mayor. Se esfuerzan por ejercer toda la influencia que pueden sobre eventos futuros.

Un pensamiento colectivo de los emprendedores es la idea que son mucho más intelectuales y avanzados que sus homólogos, buscando de forma incesante que sus ideas prevalezcan teniendo la propiedad de elegir y encaminar sus acciones de acuerdo con sus ideales en pro del éxito.

Confianza en sí mismo

Los empresarios son seguros de sí mismos cuando tienen el control de lo que están haciendo y trabajando por su bienestar individual. Abordan los problemas de inmediato con seguridad y son persistentes en el logro de sus metas y objetivos, gran parte de ellos tienen mejores habilidades cuando enfrentan momentos coyunturales de cara a la adversidad, ya que trabajan la confianza en sí mismo.

Sentido de urgencia

Los empresarios tienen una sensación de urgencia de nunca acabar sus ideas. La inactividad los hace impacientes, tensos e inquietos. Cuando el emprendedor está cumpliendo sus actividades, es más probable que se encuentren más interesados en hacer que las cosas pasen y de controlarlas, que esperar oportunidades sin fundamento alguno.

Los empresarios de este tipo prefieren los deportes individuales, como el golf, el esquí o el tenis, más que los deportes de equipo. Prefieren los juegos en los que su propia fuerza física y el cerebro influyen directamente en el resultado y el ritmo del juego. Tienen unidad y entusiasmo, al igual que orientación al logro, razón por la que son particularmente ambiciosos en la búsqueda de sus metas.

Conciencia integral

El éxito de un grupo de emprendedores suele estar acompañado por la capacidad de asimilación de escenarios elaborados que incluyen la gestión estratégica de la organización y la capacidad de trabajo simultáneo en diferentes proyectos e ideas. Actúan de forma prospectiva y detallan

aspectos relevantes que distingue cada situación, y van a revisar de manera continua todas las posibilidades de alcanzar sus objetivos de negocio. Al mismo tiempo, dedican su energía a terminar las tareas mucho antes que los demás.

Los reportes contables y financieros evidencian esta característica. Los profesionales de la disciplina contable invierten mucho tiempo realizando balances y cerrándolos. Para ellos, el logro es tener libros con balances al día. El emprendedor por el contrario solo requiere de números más generales y su adecuada interpretación para convertirla en una idea de éxito.

Realismo

Los empresarios aceptan las cosas como son y tratan con ellas del mismo modo. Pueden ser en ocasiones idealistas, pero rara vez son realistas. Cambian de dirección solo si ven que el cambio va a mejorar sus posibilidades de lograr sus objetivos. Quieren saber el estado de cada movimiento en su organización con solo una llamada. Las noticias de los medios les interesan si son oportunas, o si les aportan alguna información relevante para su negocio son poco confiados y verificarán cualquier nueva información que reciban antes de usarla para la toma de decisiones. Los empresarios dicen lo que quieren decir y asumen que a los demás también les interesa. Ellos pueden ser demasiado confiados y puede que en ocasiones no sean lo suficientemente suspicaces en sus relaciones comerciales con otras personas.

Capacidades conceptuales

Los empresarios cuentan con habilidades para relacionarse fácilmente, aún en situaciones difíciles. Son capaces de prever inconvenientes y de trabajar para solucionarlos de manera eficaz en comparación con el resto; pues no están inquietos por la dualidad ni el desasosiego, pues es su herramienta en la solución de problemas. Son líderes innatos y son pioneros en la identificación de inconvenientes que se puedan presentar. Tienen la capacidad de hallar más de una solución a

un problema, aun cuando otras personas puedan proveer una razón justificada para la resolución del mismo.

Requisitos del estado

Los emprendedores encuentran satisfacción en los símbolos de éxito que son externos a ellos mismos. Les gustan los negocios que han construido para ser alabados, pero a menudo se sienten avergonzados por la alabanza dirigida a ellos personalmente. Sus egos no les impiden buscar los hechos, datos y orientación si es caso. Si necesitan ayuda, no dudan en admitir que no saben algo y que está fuera de su competencia o experticia. Durante los periodos de negocios difíciles, los empresarios concentran sus recursos y energías en las operaciones empresariales esenciales. Ellos quieren estar donde está la acción y no quedarse en la oficina por largos períodos de tiempo.

Símbolos de progreso como la posición, tienen poca relevancia para ellos. Los empresarios de éxito encuentran su satisfacción en satisfacer las necesidades en el desempeño de su negocio y no en el aspecto personal frente a sus compañeros o al público. Pospondrá adquirir elementos de satisfacción como un carro de alta gama hasta que esté seguro de que su negocio es estable.

Relaciones interpersonales

Los empresarios están más preocupados con los logros de las personas que con sus sentimientos. Por lo general, evitan verse implicados personalmente y no dudan en romper las relaciones que podrían obstaculizar el progreso de su negocio. Durante el período de construcción del negocio, cuando los recursos son escasos, rara vez dedican tiempo a lidiar con los sentimientos de las personas, más allá de satisfacer lo que es esencial para el logro de sus objetivos.

Su falta de sensibilidad hacia los sentimientos de las personas puede causar descontento y murmuraciones en su organización, los emprendedores son impacientes y se comportan

autónomos, pero con el mundo a su alrededor, no tienen la tolerancia o la empatía necesaria para la formación de equipos a menos que sea su equipo, y les delegará muy pocas decisiones claves.

A medida que el negocio crece y asume una estructura organizativa, los empresarios pasan por una crisis de gestión clásica. Para muchos de ellos, su necesidad de control hace que sea difícil delegar la autoridad en la forma en que una organización estructurada demanda. Su enfoque directo y fuerte induce a buscar la información directamente de la fuente, sin pasar por las cadenas estructuradas de autoridad y responsabilidad. Sus habilidades interpersonales moderadas, que eran adecuadas durante las fases iniciales, les causarán problemas a medida que tratan de adaptarse a las organizaciones estructuradas. Los empresarios con buenas habilidades interpersonales serán capaces de adaptarse y sobrevivir en la medida que su organización lo hace, los que carecen de estas características, no lo harán.

Estabilidad emocional

Los empresarios tienen una gran cantidad de autocontrol y pueden manejar presiones comerciales. Se sienten cómodos en situaciones de estrés y tienen el reto en lugar de desalentarse por los contratiempos o fracasos. Los empresarios se sienten incómodos cuando las cosas van bien, con frecuencia encontrarán una nueva actividad en la que dar rienda suelta a su energía acumulada. No se contentan con dejar las cosas como estaban, tienden a manejar los problemas de las personas con planes de acción sin mucho tacto. Sus habilidades interpersonales moderadas son a menudo insuficientes para proporcionar una relación estable. Sin embargo, la tasa de divorcio entre los empresarios emprendedores está en la tasa promedio.

Diversos autores han formado un gran cumulo de literatura en la temática referente al emprendimiento y sus formas del desarrollo temático a través del tiempo, a continuación, la

figura 2 resume los principales autores revisados en el desarrollo de la fundamentación teórica del emprendimiento en la tesis.



Fuente: Elaboración propia

Luego de la revisión exhaustiva de las diferentes posturas teóricas en la línea de tiempo entre 1986 y 2010, se define el emprendimiento entonces, como la acción ajustada al contexto local que busca la creación de una estrategia ganadora que permita la sostenibilidad en el tiempo de una idea de negocio, servicio o producto, que responda a las necesidades de una sociedad, donde la verdadera importancia recae en las habilidades del emprendedor en hacer que esta innovación se traduzca en la generación de valor y en la competitividad de la organización. Como lo expuso Drucker (1986), el emprendimiento debe contener una esencia innovadora basada en el mejoramiento y el continuo análisis del entorno que conlleven a la revisión constante de los procesos de producción del servicio o producto. De acuerdo con lo anterior, el emprendedor debe tomar el riesgo de analizar, proponer y realizar las acciones necesarias inmersas en el contexto empresarial. No siempre estas acciones surgirán de un plan organizado y dirigido, pues la única constante es el cambio al que deben adaptarse los emprendedores, para responder a las necesidades dadas y a las que se van generando en el tiempo y que deben convertir en

oportunidades de crecimiento y desarrollo. El emprendedor de hoy se aleja de la postura neoclásica enfocada en la rentabilidad de manera exclusiva, para concentrar también esfuerzos en la autorrealización y en el liderazgo del ser; en el caso de los árabes del caribe colombiano, este espíritu emprendedor reposa en las raíces culturales asociadas al comercio en primera instancia, pero también a la necesidad natural del ser humano de sobrevivir en una nueva sociedad que ofrece las condiciones para ser exitoso si se tiene el olfato emprendedor necesario y las competencias sociales, para aprovechar una sociedad de mercados abiertos.

2.2. Las PYMES

2.2.1. Definición y evolución en Colombia

En Colombia, según la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004, el término PYMES responde a la acción de una persona natural o jurídica para realizar el aprovechamiento de una actividad de negocios, bajo el concepto de: gestión empresarial, actividades agropecuarias, manufactura, servicios, entre otras, de naturaleza rural o urbana con el apoyo de recurso humano especializado. Las PYMES se dividen de acuerdo con el número de empleados que la conforman y al total de activos calculados en salarios mínimos legales mensuales vigentes (SMLMV). A continuación, la tabla 4 realiza una síntesis referente a los criterios de clasificación de empresas como PYMES en el territorio colombiano.

Tabla 4. Clasificación de empresas por número de empleados y activos totales

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS	ACTIVOS TOTALES
Microempresa	1 a 10 trabajadores	Inferior a 500 SMLMV
Pequeña empresa	11 a 50 trabajadores	Entre 501 y 5000 SMLMV
Mediana empresa	51 a 200 trabajadores	Entre 5001 y 30000 SMLMV

Fuente: Adaptado de la Ley 905 de 2004

Las PYMES en Colombia, han sido desde su nacimiento piedra fundamental en el emprendimiento del país. Hernández y Mendoza (2011) explican las características principales de estas organizaciones que son en su mayoría de corte familiar bajo la figura de dueño-propietario quien es el encargado de la toma de decisiones y el control de la gestión organizacional, generando como consecuencia restricción en los recursos, saturación de tareas y carencia en la planeación estratégica del modelo gerencial a ejecutar; también tienen baja participación en escenarios de negociación internacional. Por su parte, la mediana empresa incluye el rol de administrador o gerente, el cual es en ocasiones un individuo externo contratado por la alta dirección, en este tipo de empresas los procesos y operaciones tienen mayor complejidad imposibilitando el control absoluto por parte de un solo individuo.

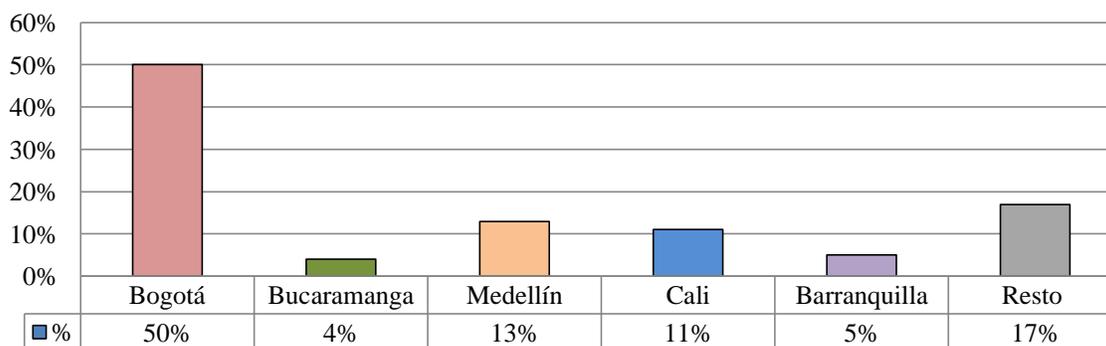
La década de los 90 en el siglo XX fue para Latinoamérica una época marcada por reformas que impactaron en el aparato productivo e influyeron en crear un perfil productivo centrado en modelos inapropiados para el contexto económico que estaban viviendo. Esto dio como resultado un patrón comercial poco competitivo y basado en paradigmas y en modelos económicos que no respondían a la apertura de mercados. Las PYMES en Colombia presentan aún dificultades en todas las áreas: en el área financiera, no existe una planeación de recursos; en dirección no saben cómo diseñar e implementar un plan estratégico; en mercadeo, las empresas no conocen a su competencia ni hacen investigación de mercado o un presupuesto de venta; en producción no hay automatización de los procesos y en muchas no existe un sistema de calidad de los servicios y sus procesos (Hernández y Mendoza, 2011).

En investigaciones realizadas por el Ministerio de Industria y Comercio durante el año 2006 según Naranjo y Bayuelo (2008), evidencian que las PYMES constituyen un 96% del tejido empresarial de la nación, y que participan en la inclusión laboral del sector industrial con un

63%, a su vez porcentualmente suman un 25% de las exportaciones del país y liquidan un 50% de los salarios de los colombianos. El mismo estudio evidencia que en las operaciones en la ciudad de Barranquilla de estas organizaciones, son las que más apuntan a la generación de nuevos empleos, por su orientación hacia la adaptabilidad a los cambios del mercado, pero desconociendo y dejando de lado en varias oportunidades rubros adicionales en consultoría y asesoría en temas ajenos al *core business* de la empresa.

Las estadísticas mundiales muestran parte de la realidad de las PYMES en América Latina y en Colombia. Latinoamérica, por ejemplo, agrupa a más del 95% de todos los sectores: industrial, comercial y de servicios; generando más del 70% del empleo y hasta el 50% de las ventas totales. En Colombia, el aporte de las PYMES representa alrededor del 10% de las organizaciones, generando en el sector industrial el 46% y más del 50% en el sector comercial, con una aportación a la industria manufacturera cercana al 35%. Como consecuencia del desempeño y contribución en el sector empresarial, sus exportaciones se han acelerado a un nivel superior del promedio. La figura 3 muestra la distribución geográfica de las PYMES en Colombia, demostrando que en la capital del país se concentran mayor número de empresas y que la proporción de la ciudad de Barranquilla es solo el 10% de lo que hay en Bogotá (Rodríguez, 2003).

Figura 3. Distribución geográfica de las PYMES en Colombia



Fuente: Adaptado de Rodríguez (2003, p.12)

Las PYMES encuentran su mayor concentración en la capital de Colombia, igualmente es destacable su participación en ciudades que movilizan empleo, operaciones comerciales y escenarios favorables de negocio. Dada la representación de las PYMES en el sistema económico colombiano, también es importante conocer la distribución por tamaño y ciudad para analizar variables como desempeño y sostenibilidad en las empresas PYMES. Como lo muestra la tabla 5, la mayoría de las empresas que se crean en la capital del país son pequeñas, con un porcentaje del 84%, al igual que en Barranquilla, pero con menor número de empresas.

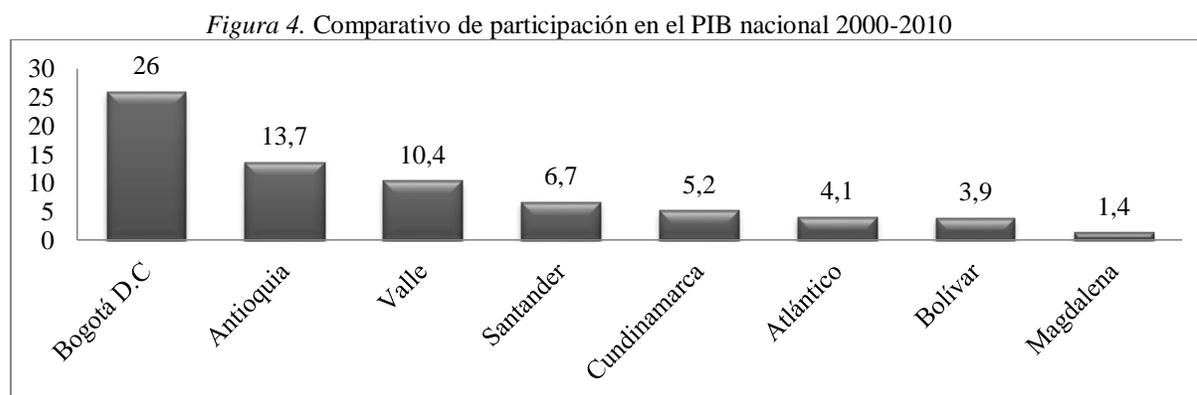
Tabla 5. Distribución de las PYMES por tamaño y ciudad

CIUDAD	PEQUEÑA		MEDIANA		TOTAL	
	No. Empresas	%	No. Empresas	%	No. Empresas	%
Bogotá	20.316	84	3.882	16	24.198	100
Barranquilla	2.086	84	398	16	2.484	100
Cali	4.341	85	767	15	5.108	100
Medellín	4.953	83	1.030	17	5.983	100
Bucaramanga	1.448	86	228	14	1.676	100
TOTAL	33.144	84	6.305	16	39.449	100

Fuente: Adaptado de Rodríguez (2003)

En estudios realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2011 se observa que los departamentos que se destacan por su dinamismo económico son el Atlántico y el departamento de Bolívar (ver figura 4), sobresaliendo de esta forma en la producción agregada del país. Dicha representación significa que el crecimiento y desarrollo regional está concentrado y vinculado al avance particular de los enunciados departamentos.

Igualmente en dichos territorios puede estar concentrado el mayor cúmulo de organizaciones de diferentes tamaños en el caribe colombiano y que podrían contar con las condiciones adecuadas para captar inversión extranjera directa por parte de diversas multinacionales. Atlántico participa en el sexto lugar con un 4,1% siendo el primer departamento de la región Caribe presente en la encuesta, previo al departamento de Bolívar (Muñoz, Rosado, Vergara y Wilches, 2012).



Fuente: Adaptado de Cámara de Comercio (2012)

Contrastando la evolución de la estructura empresarial en Barranquilla, Atlántico, en el periodo 2002-2007 se ha conservado una tendencia en el crecimiento y desarrollo en la mayor proporción de todos los sectores. Sin embargo, esta no ha sido de forma sostenida, presentándose casos como el financiero o algunos servicios, donde ciertos detrimentos los posicionan como algunos casos atípicos. Cabe resaltar que este seguimiento se realiza a partir del número de sociedades legalizadas cada año en la clasificación de las actividades económicas en Colombia, sobresaliendo en Barranquilla, el comercio seguido por los servicios financieros y actividades de manufactura. Dichas cifras relucen la vocación comercial que se presenta en la ciudad, representando las actividades de comercio cerca de un 50% de las empresas existentes (Muñoz, Rosado, Vergara y Wilches, 2012). Esto representa un referente que permite afirmar que las

PYMES al igual que las multinacionales, se pueden posicionar en este sector o en alguno de los que continúan en proceso de crecimiento.

Por otra parte, el DANE (2012) mostró que el desempleo en el país fue del 10,7%. Este informe da cuenta que de los 46 millones 500 mil habitantes que tiene Colombia hasta junio de 2012, la población ubicada laboralmente en país era de 20,8 millones, personas sin ocupación laboral 2,4 millones de personas y población cesante un total 12,4 millones de personas, estas corresponden al periodo del mes de mayo de 2012.

El director de esta institución precisó que la cifra es menor frente al mismo período de 2011, cuando fue de 11,2%. Esto quiere decir que, de acuerdo con el año inmediatamente anterior, el número de desocupados disminuyó lo que se podría pensar que algunos de estos dejaron de buscar un empleo y crearon sus propios negocios, esto si bien es una hipótesis, no va en contravía con las estadísticas de creación de empresas en el país.

El Espectador (Portal de Dinero, 2011) mostró un estudio realizado entre enero y noviembre de 2011, donde se publicó que en el país 227.555 unidades empresariales se establecieron en el territorio nacional, representado en un aumento del 6,7% en referencia al mismo periodo en el 2010, demostrando la tendencia emprendedora en diferentes sectores económicos. De acuerdo con el informe de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS), el 76,3% de las nuevas empresas establecidas en el territorio nacional, corresponden a personas naturales y un 23,7% a sociedades. De igual forma el mismo estudio expresa que del total de empresas constituidas, el 70% pertenecen a sectores de la construcción, comercio en general, manufactura y servicios inmobiliarios y de bienes raíces. Asimismo, el DANE determinó que, en el periodo comprendido entre mayo y julio de 2012, las actividades que generaron más ocupación en Barranquilla son las relacionadas con el comercio.

2.2.2. Sector industrial, servicios y comercio

El censo realizado en 2005 a los diferentes sectores económicos mostró que casi el 50% de las microempresas pertenecen al sector comercial, destacando principalmente el comercio al detal representado por un 47,3% del total de este sector; mientras que con un 39,1% el sector servicios agrupó las microempresas rezagando la participación del 11,1% ubicado en el sector industrial.

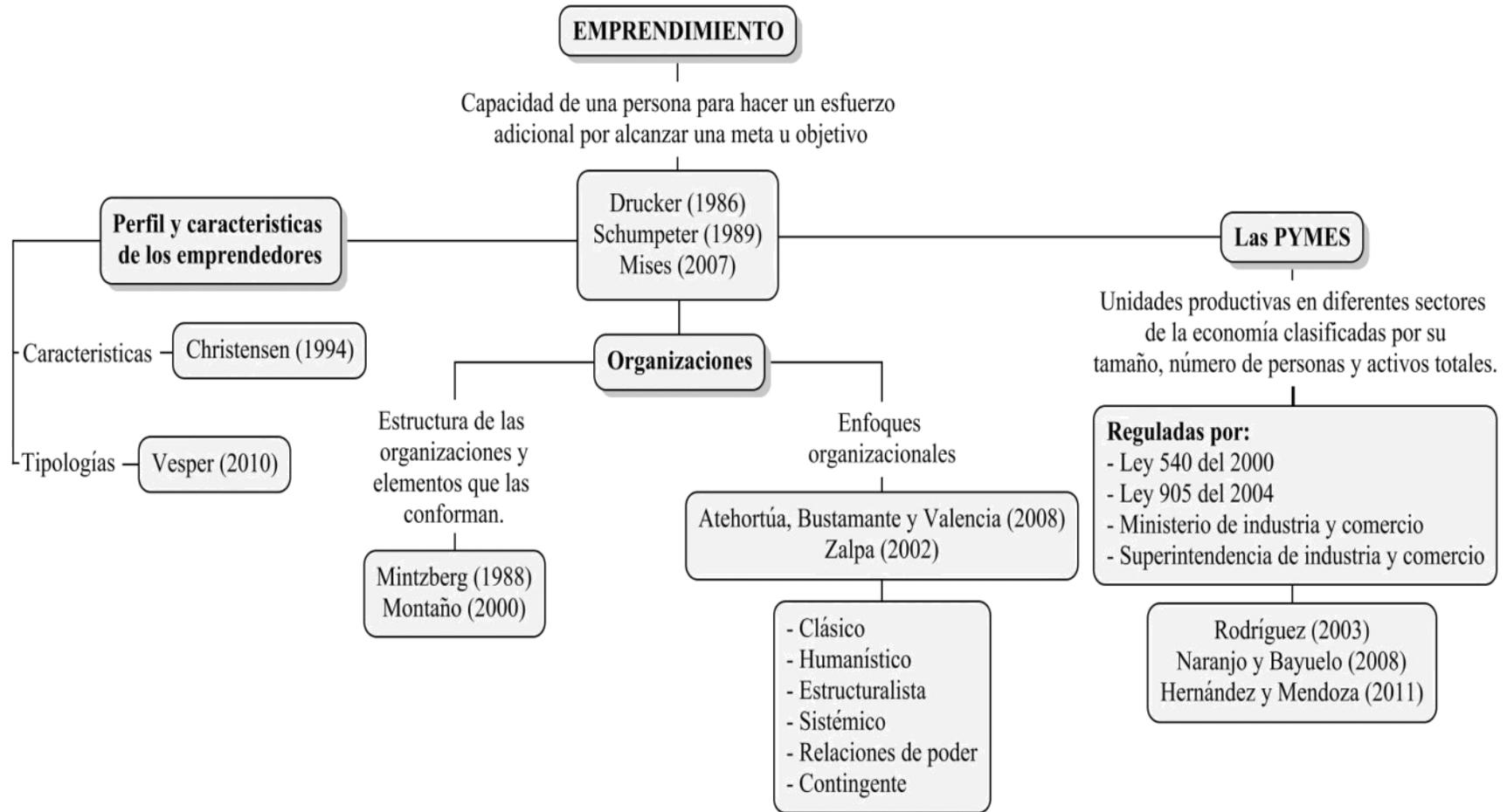
En estudio realizado entre el mes de marzo y junio de 2012 por la firma encuestadora Ipsos-Napoleón Franco, llamado *la Gran Encuesta Pyme* a pedido de la Asociación Nacional De Instituciones Financieras (ANIF), el Banco Interamericano de desarrollo (BID), El Banco de la República y el Banco de Comercio Exterior de Colombia (BANCOLDEX), contó con una muestra de 2.524 empresarios de PYMES de los sectores de industria, comercio y servicios de Bogotá, Medellín, Cali y Pereira. Dentro de este estudio se logró determinar que la distribución de estas empresas por sector económico era de: 22% en servicios, 25% en comercio y 53% en industria. En el 53% del sector industrial la muestra estuvo representada por el subsector de Alimentos y bebidas, seguido de Prendas de vestir, Productos de caucho y plástico, Muebles e industrias manufacturas y la industria de calzado y marroquinería. En el sector comercial, la representación estuvo por el subsector de Alimentos y Bebidas, seguido de productos farmacéuticos y perfumería y del subsector de ferreterías y productos de vidrio. Por su parte el sector de servicios estuvo representado por el subsector de Hotelería y restaurantes seguido del subsector de construcción y el de la consultoría.

Las PYMES agrupan cerca del 95% de las empresas en el país, donde alrededor de 68% son empresas familiares las cuales enfrentan las dinámicas que caracterizan este tipo de organizaciones: el relevo generacional, herencia de mando, evolución y contextualización estratégica hacia la competitividad. De acuerdo con estudios realizados por Vélez, Holguín, De

la Hoz, Durán y Gutiérrez (2008) demostraron que menos del 13 de las organizaciones familiares alcanzan la tercera generación.

Teniendo en cuenta los diferentes conceptos y teorías abordadas en este apartado, a continuación, se resumen los conceptos y autores que dieron forma a este tema en la investigación a partir de un mapa conceptual en la figura 5.

Figura 5. El concepto de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

2.3. Cultura

2.3.1. *Definiciones y conceptos*

La cultura es sin duda inherente a cualquier sociedad, evocando la definición antropológica de Morin (1999), el hombre a pesar de su naturaleza y su origen, sin el acceso a la cultura sería un hombre no evolucionado, pues la cultura tiene la propiedad de conservar y transferir comportamientos y normas propias de una sociedad. Es entonces la mente y el cerebro humano una consecuencia de la relación entre el pensar y la cultura. Complementando lo anterior, los autores sugieren una definición para la cultura organizacional como un conjunto de representaciones simbólicas y prácticas en contextos estructurales que tienen los dueños de las organizaciones.

Allaire y Firsirotu (1984) exponen la cultura como un sistema ideacional, cambiando la manera de abordar las investigaciones dentro de este campo. La cultura se construye a partir de la idea de mundo y de la producción simbólica propia de cada sociedad. Es un entorno cambiante plagado de símbolos, conocimientos funcionalistas o una construcción colectiva, inconsciente y profunda. Este concepto además es compartido por Wallace (1970), que ve la cultura como un conjunto de conocimientos que permiten a los individuos actuar coherentemente con los parámetros definidos y aceptados socialmente. Este concepto es contrario a la teoría de metas comunes, de las tradiciones e imaginarios colectivos, es el pequeño número de cogniciones de las cuales se vale el individuo para predecir el comportamiento futuro de los demás.

Fleury (2002) identificó cinco rasgos que caracterizan cualquier cultura:

1. *Es un fenómeno colectivo*, la cultura está estrechamente relacionada con un grupo humano la cual es una estructura formal y profunda; está en contacto con los diferentes eventos (ritos, ceremonias, intercambios, fiestas, entre otros) donde se relaciona. Es a través del lenguaje que

existe, es decir, no solo a partir del intercambio de palabras sino también a partir de gestos, actitudes, enfrentamientos. Cultura, es la intimidad de un grupo que contiene un hecho implícito indiscutible y que existe como una realidad. Se mezcla el significado y la inteligencia y se funden los mundos subjetivos (los deseos y representaciones individuales) y el mundo objetivo (el medio ambiente, las condiciones físicas y el grupo).

2. *Precede de una actividad simbólica omnipresente*, cualquier actividad cultural es una producción de sentido. Esto solo se puede entender en el juego de los significantes. Sellos, amuletos, hojas de arce, iconos o señales de cruz, todo lo que da significado y que simboliza la presencia y permanencia de un grupo. Esta actividad simbólica caracteriza a la cultura como un fenómeno puramente humano.

Laplantine (1993) realiza una diferenciación entre sociedades animales y humanas, separando estos dos grupos por la incapacidad de una de ellas de realizar una división del trabajo, organizar tareas de acuerdo al grado de especialidad y/o transmitir información. De acuerdo con el autor, este tipo de comportamientos y comunicación cultural donde se comparten signos y símbolos es una característica única de la sociedad humana, sin desconocer las habilidades de la otra sociedad pero que aún no es capaz de realizar actividades complejas.

3. *Se incluye en la transmisión*, la cultura es el ámbito del aprendizaje, la imitación, la incorporación de la repetición y la interacción. Es a través de la cultura que se organiza la continuidad del grupo. El lenguaje que se utiliza para hacer circular el mito y la memoria, que puede reunir a las generaciones pasadas y dar una conexión entre el pasado y el futuro, al dar a las ceremonias la visión y el sentir de la fuerza social.

4. *Se trata de un informe dentro de un exterior*, siempre es una relación dialéctica con el exterior: la naturaleza o de otras personas.

5. *Se caracteriza por su coherencia interna*, parece que está organizado y es un sistema que tiene forma. Pero no es rígida. La cultura está hecha de correspondencia suave, interpretaciones y reinterpretaciones y adaptaciones.

Hofstede (1980) describe unas dimensiones culturales y sus efectos en una sociedad, a través de los valores de sus miembros, y cómo estos valores se traducen luego en conductas, utilizando una estructura derivada del análisis factorial. Esta teoría a su vez ha sido pertinente en varios campos de estudio como los paradigmas para la investigación, en la psicología intercultural, gestión internacional, y la comunicación intercultural. Hofstede (1980) fue el precursor de un modelo producto del análisis factorial para conocer resultados mundiales luego de una encuesta realizada a trabajadores de la *International Business Machines* (IBM), la teoría fue una de las primeras que podía ser cuantificada y que podía ser utilizada para explicar las diferencias observadas entre las culturas. La teoría original propuso cuatro dimensiones en las que los valores culturales pueden ser analizados:

1. *El individualismo-colectivismo*: Entendido como el nivel mediante el cual los individuos pueden conformar equipos de trabajo. En las culturas de tipo individualista la principal atención está en conseguir reconocimiento personal y derechos particulares. Se espera que la gente se valga por sí mismos o de su familia inmediata, y que escoja sus propias conexiones. Por el contrario, en las sociedades colectivistas, los sujetos se orientan principalmente desde la validación que les brinda un grupo u organización estable y pertinente. El término de colectividad no está contemplado desde el ámbito político y se refiere al grupo y no al estado. La gente tiene familias numerosas, que son usadas como protección a cambio de lealtad incondicional.

2. *Evitación de la incertidumbre*: Aceptación de una sociedad de la dualidad y la incertidumbre, esta muestra a que nivel los miembros de una sociedad encaran la ansiedad, reduciendo a valores mínimos la incertidumbre. Las personas en las culturas con alta evitación de la incertidumbre tienden a ser más emocionales. Ellos tratan de minimizar la aparición de circunstancias desconocidas y poco comunes y proceder con cuidado los cambios, paulatinamente a la planeación y aplicación del marco legal. Por el contrario, los cultivos de evitación bajo incertidumbre aceptan y se sienten cómodos en situaciones no estructuradas o entornos cambiantes y tratan de tener tan pocas reglas como sea posible. La gente en estos cultivos tiende a ser más pragmático, ya que son más tolerantes al cambio.
3. *El poder de la distancia (fortaleza de la jerarquía social)*, el poder representa el nivel en el que los integrantes de cualquier institución u organización social, deben aceptar y aguardan el fin que este no sea distribuido de manera desigual. Hay culturas que avalan la baja distancia y esperan y aceptan las relaciones de poder que son más consultivas o democráticas. Las personas se relacionan entre sí más de igual a igual con mayor independencia, que con las posiciones oficiales. Los subordinados están más cómodos y exigen el derecho a contribuir a la crítica y a la toma de decisiones de quienes tienen el poder de decisión. En los países de alta distancia de poder, es menos complicado aceptar las relaciones con el poder que son más autocráticos y paternalistas. Los empleados hacen reconocimiento al poder con el que cuentan los demás, simplemente en función de dónde se encuentran según sus posiciones formales y jerárquicas. Como tal, el poder distancia de acuerdo con Hofstede (1980) y no refleja una diferencia objetiva de distribución de energía, sino más bien la manera en que la gente percibe las diferencias de poder.

4. *La masculinidad-feminidad (enfoque hacia el cumplimiento de funciones frente a la orientación a la persona)*: La distribución de los roles emocionales entre los géneros. Algunos principios y valores existentes en culturas afines a la masculinidad son: el principio de competencia, la asertividad, ponderación de lo material y la avidez de poder, mientras que los cultivos femeninos dan más valor a las relaciones y la calidad de vida. En las culturas masculinas, las distinciones que se asimilan entre los papeles que asume cada género se caracterizan por ser más dramáticas y menos fluida que en culturas femeninas donde hombres y mujeres tienen los mismos valores que enfatizan la modestia y el cuidado.

Un investigador independiente de Hong Kong llevó a Hofstede (1980) a agregar una quinta dimensión, la orientación a largo plazo, para cubrir aspectos de los valores que no se analizan en el paradigma inicial. Treinta años después el autor añadió una sexta dimensión, la indulgencia frente a la moderación, resultante de las aplicaciones de la encuesta mundial de valores desarrollada y aplicada por Hofstede.

Triandis y Suh (2002) exponen que la cultura no es de ninguna manera un asunto sencillo. Una de las posibles maneras de pensar la cultura es con la relación que la cultura es a la sociedad, como la memoria es a los individuos. Esto incluye lo que se trabaja desde la experiencia de la sociedad y que vale la pena transmitir a las nuevas generaciones. Los elementos de la cultura son procedimientos operacionales compartidos de manera estándar, suposiciones, herramientas, normas, valores, hábitos de acuerdo con lo que se vive en el medio ambiente y que son de interés para el análisis psicológico.

Para Triandis (2004), existen varias dimensiones de análisis que para esta tesis tomaremos como relevantes y recae sobre la cultura individualista y la colectivista. Las personas que se desarrollan en culturas individualistas, como las del Norte y el Occidente Europeo, así como las

de Norte América, son más probables a que utilicen un discurso desde el yo (ejemplo: yo estoy ocupado o yo soy agradable). Las personas de las culturas colectivistas, como aquellas de Asia, África y Suramérica tienden a mostrar más elementos desde el yo colectivo (ejemplo: mi familia piensa que yo paso muy ocupado o mis colegas creen que soy agradable). Se traen esto ejemplos explicativos para entender el entorno cultural en que los palestinos, sirios y libaneses se desenvuelven una vez emigran, así como su relación con las personas con las que se desarrollan conexiones de tipo laboral, personal o de ocio.

Nivel de análisis de la cultura individualista

La cultura individualista es el polo de la cultura colectivista. En esta cultura vertical, como es el caso de las organizaciones de Norteamérica, la competitividad es alta y se trabaja para ser el primero y poder lograr alcanzar la jerarquía. En la cultura individual horizontal (Australia y Suecia) la diferenciación jerárquica está enfatizada en la autosuficiencia, la independencia del otro y la singularidad.

Nivel de análisis de la cultura colectivista

Triandis y Suh (2002) proponen la hipótesis que el colectivismo es alto en culturas que son simples y cerradas. En la cultura colectivista, la gente es interdependiente en sus grupos cercanos (familia, tribu, país), dan prioridad a los objetivos grupales y definen sus comportamientos principalmente sobre la base de las normas del grupo de manera comunitaria.

Hay muchas clases de cultura colectivista. Una importante distinción es la hecha entre la cultura vertical (India) y la horizontal (Israel). Las culturas verticales son tradicionalistas y enfatizan en la cohesión de los grupos cercanos (*in-groups*), acatamiento de la normatividad y las directivas de autoridad. Por ejemplo, el colectivismo vertical se vincula con la tendencia de

asumir una posición sumisa ante la ideología de autoridad y de aprobar el convencionalismo, mientras la cultura colectivista horizontal enfatiza en la empatía, sociabilidad y la cooperación.

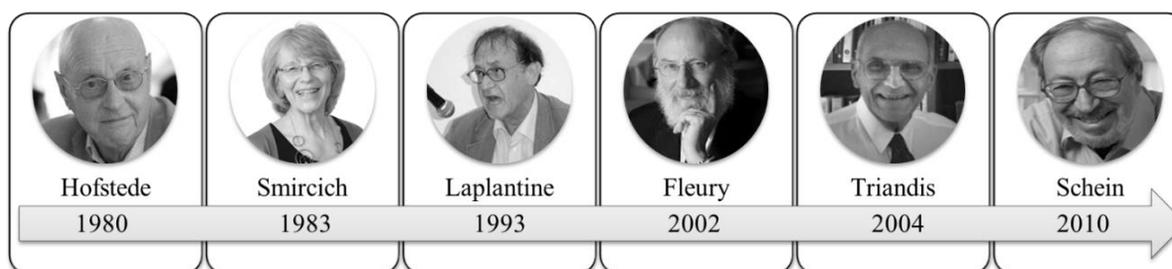
Gabriel y Gardner (1999) encontraron otra variación de colectivismo entre los géneros. De acuerdo con la investigación, la colectividad masculina es derivada de la pertenencia a un grupo (yo soy americano); mientras que la colectividad femenina es derivada de relaciones específicas (yo soy la mejor amiga de Amanda). Un rasgo que define a las personas de la cultura colectivista es su notable preocupación por las relaciones. Por ejemplo, la cultura colectivista en situaciones de conflicto está principalmente preocupada con mantener las relaciones con los otros, mientras que los individualistas lo están por alcanzar la justicia. Entonces, el colectivismo prefiere métodos de resolución de conflicto que no destruyan las relaciones y los individualistas en cambio están dispuestos a ir a los tribunales a resolver sus conflictos.

Una importante contribución desde el trabajo realizado por Hofstede (1980) fue el énfasis en la distinción entre el nivel de individualismo y colectivismo y cómo estos se oponían. Pero cuando un trabajo profundo sobre estos niveles de análisis fue realizado, el individualismo fue clasificado dentro de varias facetas (como la distancia de los grupos de trabajo, hedonismo y rivalidad) y el colectivismo a su vez clasificado en muchos factores como la integridad familiar y sociabilidad. Estos factores entonces no fueron más opuestos, sino que podían ser correlacionados, así de esta manera una persona puede tener altamente desarrollado en ambos niveles. Por ejemplo, estudios han demostrado que la gente que crece en una cultura colectivista y que luego vive en una cultura individualista por muchos años, tuvieron altos rasgos de ambos niveles. Otros estudios sugieren que esta misma gente fue más adaptable y que pudieron manejar las adversidades con más éxito (Triandis, 2004).

Vinculando a la cultura con el emprendimiento, Pinillos y Reyes (2007) aluden que en la actividad emprendedora tiende a ser alta en países de cultura colectivista, expresando que el factor cultural no es incidente en el desarrollo de emprendimiento. No obstante, esta perspectiva hace especial énfasis en el emprendimiento como parte de la costumbre a nivel territorial, ya que en contraste con la realidad, se afirma que la cultura como aportante a las actitudes y conocimientos de los individuos, sí incide en la praxis y desarrollo de los emprendedores.

Sintetizando los diferentes autores explorados a través de la sección que refiere a cultura, la figura 6 presenta el consolidado de principales exponentes de la temática que han sido considerados en la revisión de literatura sobre el tema en la investigación.

Figura 6. Principales exponentes teóricos de la cultura



Fuente: Elaboración propia

Definiéndose entonces la cultura como un conjunto de comportamientos propios de una región, de una comunidad o de un país; como un compuesto de normas y de representaciones simbólicas propias; como un conglomerado de creencias, ideologías y modos de ser característicos; e identificándola como un proceso de construcción colectiva que extrapola la individualidad personal de cada ente y elemento social que la compone y que de base tiene una estructura que en vez de ser estática. Se dinamiza con la evolución y con el desarrollo progresivo y gradual de cada uno de los seres humanos que la constituyen, dan forma y que en colectivo

construyen, a través de aprendizajes en masa y a través de, como diría Allaire y Firsirotu (1984), un sinnúmero de símbolos y significados que le dan la cualidad de singular y/o unicidad, podemos afirmar que la inmigración de la comunidad árabe, refiriéndonos específicamente a la inmersión de palestinos, sirios y libaneses en la cultura de la ciudad de Barranquilla, se vio favorecido gracias a un proceso de fusión y difusión entre ambas congregaciones. En donde la comunidad árabe aceptó, acogió, asimiló y acomodó como suyas los patrones comportamentales y el repertorio cultural que distinguía a la sociedad barranquillera en los tres momentos donde se dieron las oleadas migratorias árabes principales (1880, 1940, 1970). Esto permitió en cada uno de estos movimientos, como expresaría Wallace (1970), adoptar los modelos conductuales estandarizados y desplegados por el colectivo barranquillero. De esta forma, la reorganización de las estructuras culturales existentes al interior de ambas culturas, sufrieron cambios cualitativos que como consecuencia concluyeron en la interiorización y recombinación de nuevos comportamientos y conocimientos interculturales que empezaban a actuar como dinamizadores espontáneos de los esquemas culturales ya existentes. Esta nueva reorganización intercultural podemos decir que fue el resultado de las funciones de organización y de adaptación que promovieron el ajuste a través del cual, tanto los árabes como los barranquilleros, se adaptaron el uno al entorno y a las costumbres del otro. La manera en la que los palestinos, sirios y libaneses afrontaron la inmigración permitió la asimilación de las nuevas tradiciones, hábitos, lenguaje, modos de ser y de hacer, a pesar de sus esquemas culturales preexistentes; en otras palabras, la disposición de los árabes que migraron a Barranquilla, frente a la asimilación de esta nueva cultura hizo que la experiencia de migración involucrara una modificación personal, colectiva, social y cultural que favoreció su respuesta ante las exigencias del nuevo medio que les circundaba, logrando gradualmente la adaptación al proceso de reestructuración cultural, hasta

alcanzar el punto de equilibrio en donde ya eran considerados, no como inmigrantes, sino como miembros de la comunidad barranquillera pese a su procedencia e idiosincrasia.

La cultura árabe del migrante, luego de muchas investigaciones, demuestra que en general los árabes que permanecieron en Colombia fueron evolucionando en muchos aspectos con la sociedad receptora. Y aunque con fines adaptativos y de integración, se inmiscuyeron e hicieron propias la mayoría de características de la cultura barranquillera, no dejaron de lado aquellos rasgos predominantes como su gastronomía, la habilidad comercial, las costumbres y los valores familiares, identificados como motores principales de intercambio cultural; aspectos que han permanecido, gracias a la memoria histórica y legado cultural transmitidos de generación en generación a través del lenguaje como lo diría Fleury (2002) y otros mecanismos de difusión, que en palabras de Morin (1999), se conservan y transfieren culturalmente a través de procesos de imitación, incorporación y repetición de estándares culturales preexistentes antes de la migración (Fleury, 2002).

2.3.2. La comunidad palestina, siria y libanesa: cultura y religión

Conocer la definición de la cultura árabe permite tener un acercamiento a la esencia del árabe, sus costumbres, tradiciones, lengua, comportamientos y su papel dentro de la sociedad (Sharab, 2012), igual que sucede en muchas culturas en el mundo, cada país y cada ciudad sin importar la distancia que exista entre ellas será determinante en aspectos como el estilo arquitectónico hasta la forma de vestir y gastronomía, por ello aludir el concepto de cultura árabe implica dimensionar un amplio sistema de creencias, conocimiento milenario, tradición y valores presentes en personas afiliadas a la sociedad del territorio árabe (Sharad, 2012).

Para comenzar a describir la organización de la comunidad palestina, siria y libanesa, hay que comenzar por entender al mundo árabe en el Medio Oriente (ver anexo 6), así como su comportamiento y conducta en Latinoamérica y el mundo, pues en él está presente como variable fundamental la diversidad. La comunidad árabe no es uniforme en sus características, ya que existe una variedad de costumbres, tradiciones y prácticas de acuerdo con el país. Cada país árabe tiene sus características particulares y únicas. Ser árabe no es un concepto étnico, no existe una raza árabe, se trata de un concepto cultural, de una historia, tradiciones e idioma común. Es árabe todo aquel que tiene como primer idioma el árabe, idioma a su vez que comparte con el hebreo y arameo su origen semita (Norte de África, Medio Oriente, Etiopía y Malta) y que cuenta con aproximadamente 350 millones de hablantes. Se calcula que existen entre 250 a 300 millones de árabes en el mundo hasta el año 2006 y 26 países donde el árabe es el idioma oficial y 22 países árabes; el mayor de ellos es Egipto con 85 millones de habitantes y el menor es Islas Comores con 300.000 habitantes (Rodrigo, s.f.); complementado esta información la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico ([OCDE], 2009) define la migración como el movimiento de personas a países más ricos, entendiendo el adjetivo, como en una mejor posición económica frente al país de origen. De acuerdo a este estudio, no necesariamente los migrantes van de los países en desarrollo a los desarrollados, muchos de ellos también se asientan en países en desarrollo; se calcula que un 3% de la población mundial es inmigrante, sobresaliendo que la tendencia migratoria se concentra en territorios de menores capacidades hacia condiciones de mayor desarrollo económico y social, connotados respectivamente como: el norte y el sur; siguiendo esta postura, la OCDE (2009) divide a los migrantes en tres grupos, localizando a más o menos la tercera parte de ellos migrando del norte al norte, otra parte del sur al norte y finalmente el último tercio de sur a sur.

Conscientes de las diferencias entre las culturas, Sharab (2012) expresa que los árabes en su comportamiento y visión de la vida son mucho más uniformes y similares, en contraste con los occidentales, pues existe afinidad entre los valores y creencias sin importar la región o la clase social de la que provengan, los árabes se muestran conservadores y buscan el consenso de sus miembros dentro de una sociedad; de acuerdo a Nydell (2012), consecuencia de un respeto a la tradición y cierta resistencia a los cambios, principios que se hacen evidentes por cuanto existe una estructura social definida, un respeto a la costumbre y a la familia como institución social.

Con respecto a la religión, el islam se distingue por ser el principal credo de comunidad árabe, esta es entendida como una religión monoteísta fundamentada en las creencias del Corán, también se posiciona como la segunda religión del mundo a partir del número de sus feligreses, sus cinco pilares son: *Shahadah* (testimonio), *Salat* (oración), *Zakat* (caridad), *Sawn* (ayuno), *Hajj* (peregrinación). Es de destacar que el hecho de ser árabe no significa profesar el islam, pues también existen: árabes-judíos, árabes-cristianos y árabes-drusos. De la misma forma, no todos los musulmanes son árabes, dado que solo un 20% de los árabes representan a los musulmanes del mundo; dicho de otra forma, la principal referencia de distinción entre musulmán y árabe radica en que una quinta parte del mundo es musulmana, pero solo una quinta parte de los musulmanes son árabes (Vásquez, 2006).

En el caso de los grupos analizados en esta investigación, (palestinos, sirios y libaneses) se encontró que comparten la denominación de árabe al relacionar su origen al territorio del levante mediterráneo, perteneciente al oriente próximo. En el caso de la religión se evidenció la práctica del cristianismo, islamismo y catolicismo, mientras que en el componente gastronómico las preferencias y hábitos culinarios son afines entre los tres grupos. Toda esta información se pudo constatar mediante el desarrollo del trabajo de campo en los negocios de los participantes, donde

era frecuente la clientela de origen árabe y el uso de su lengua nativa. De esta forma estas categorías permiten identificar rasgos y características comunes compartidas, pero con sus factores diferenciadores expuestos anteriormente.

Estudios realizados por Sharab (2012) destacan los sucesos y eventos políticos en Palestina como el principal punto de interés mundial Sin embargo, la base de su sociedad no es la política, es la importancia y preservación de su pueblo, su entorno en general provinciano, tiene fuertes arraigos en la idiosincrasia, tradición, creencias y valores compartidos, siendo la familia, el honor y respeto a los mayores y las marcadas diferencias entre los géneros una constante. Lingüísticamente, el árabe a pesar de ser hablado en muchos países, localmente se pueden presentar dialectos que pueden entenderse entre las regiones de acuerdo con su cercanía y proximidad, en el caso de Jordania, Palestina, Siria y Líbano, es para sus habitantes de fácil comprensión sostener una conversación, discrepando con el árabe hablado en países como Marruecos o Egipto.

Siguiendo a la Organización Internacional para las Migraciones ([OIM], 2006) la migración es entendida como la movilización de habitantes de un territorio hacia otros, motivados por diferentes causas que pueden ser de carácter natural o político-social, causantes de un intercambio cultural que tiende a diversificar y el patrimonio histórico del territorio que acoge los inmigrantes. El sistema migratorio de acuerdo al contexto historio colombiano según Yidi, David y Lizcano (2007) está representado históricamente bajo una relación de oriente a occidente, tomando como punto de destino a Colombia desde el territorio del levante árabe, igualmente, de acuerdo a la definición de la OIM (2006) se cataloga como forzosa por cuanto se coacciona a raíz de la situación de conflictos y coaliciones que se han presentado en el desarrollo histórico de la comunidad palestina, siria y libanesa.

El tema de los árabes en la historia social de Colombia radica desde la década de 1880 del siglo XX (Yidi, David y Lizcano, 2007), a lo que Astudillo (2008) expone que en Colombia el islam tuvo inconvenientes por la represión durante la época de la colonia hacia los inmigrantes y esclavos quienes no tenían libertad de culto. No obstant, unas décadas después de 1880 surgen nuevas oleadas migratorias y los árabes comienzan nuevamente a instalarse en el país. Los nuevos inmigrantes provenían de Palestina, Líbano y una pequeña proporción de Siria, algo los caracterizaba a los tres; todos eran pobres.

La práctica del islam requiere mucha dedicación por parte de sus fieles, en la oración o *salat*, por ejemplo, se realiza en cinco ocasiones durante el día (en el alba, al mediodía, a la mitad de la tarde, en el crepúsculo y en la noche) la cual debe orientarse hacia la Meca (la mezquita sagrada) y una oración en comunidad los días viernes en la mezquita, presidida por el califato; esto requiere de un contacto permanente con el pueblo árabe.

Esta fue una de las cosas que en Colombia no se pudieron desarrollar del todo, diversos árabes-musulmanes entonces debieron ceder su práctica religiosa por consecuencia de inconvenientes alternos como la fecha exacta del ramadán, que es al noveno mes del calendario lunar islámico, la poca población practicante, habiendo en el país alrededor de un 98% de católicos, la falta de textos sagrados traducidos al español para la enseñanza a las nuevas generaciones de árabes nacidos en Colombia, así como la pérdida de la herencia idiomática por parte de los nuevos hijos.

Esta particularidad se irá repitiendo hasta comienzos de la década de los 70, pero en contraste estarán instalándose nuevos árabes musulmanes en diferentes ciudades colombianas y es a partir de los medios de comunicación masiva que se logra afianzar y mantener los lazos con los diferentes países árabes y así mismo, la práctica del islam en Colombia. El proceso de

aprendizaje entonces para las nuevas generaciones se realiza con menos dificultad y la integración de la comunidad en diferentes ciudades a través de los centros islámicos.

Fawcett (1991) precisa que el número exacto de árabes que llegaron a Colombia es muy difícil de medir, esto debido a que los registros por partes de las autoridades portuarias del país eran ínfimos antes de 1930 así como tampoco se encuentran datos precisos en los países árabes sobre el destino final de sus emigrantes. Se podría decir que en 1930 llegaron al país 300 árabes entre palestinos, libaneses y sirios a los puertos de Barranquilla, Cartagena y Buenaventura, los años siguientes a este número mantuvo un flujo sostenido hasta 1937 cuando entra en vigencia una política de restricción de inmigrantes, reduciendo así la entrada entre 1940 y 1943 a solo 104 árabes. Sin embargo, al realizar un cruce en las estadísticas y en la información sobre los palestinos, sirios y libaneses y sus descendientes en Colombia, se estima que para 1930 había unos 10.000 que en el 1960 se multiplicaron a 30.000, esto teniendo en cuenta el grado de natalidad de la población, consecuencia de la juventud de los inmigrantes según la autora. Mirando los objetivos de esta investigación, los palestinos, sirios y libaneses de acuerdo con Fawcett (1991) poseen características emprendedoras, que podrían explicarse como una vocación innata hacia la actividad empresarial que les hizo instalarse en la mayoría de ciudades y departamentos de Colombia, con excepción de Antioquia, donde encontraron personas que los recibieron con recelo, debido a la competencia en las actividades comerciales. Este estereotipo de los antioqueños fue a su vez soportado en un informe británico de 1924 llamado: el comercio de Medellín estaba en manos de antioqueños.

¿Cuáles fueron las principales actividades de los árabes en Colombia? Según registros de entrada al país, la mayoría se instalaron bajo la actividad de comerciantes y según aceptación general en las diferentes ciudades, era la actividad que mejor los describía. Muchos de ellos se

dedicaron a la venta callejera, o se establecieron en un pequeño quiosco donde vendían cualquier bien de consumo, estos eran por lo general libaneses. Estas tiendas con el tiempo se convirtieron en verdaderos negocios que luego generaron sucursales y se expandieron por toda la costa. Los sirios según estudios hechos de principio de siglo XX en Cartagena, fueron la colonia más importante en el campo comercial. En 1914 en la población de Loricá, Córdoba, los sirios dominaban el comercio de las telas y se encontró que de toda la oferta presentada en la plaza principal solo dos de los comerciantes era de origen colombiano. Sin embargo, a pesar del gran apogeo de la colonia árabe en la actividad comercial, también tuvieron presencia en la agricultura y la industria. Algunos de ellos, cultivaron caucho, algodón, arroz, caña de azúcar y cacao; otros se dedicaron a la ganadería.

Viloria (2003) cuenta luego de entrevistas con emigrantes palestinos, sirios y libaneses, que para ellos emigrar a América era encontrarse con una tierra de oportunidades y abundancia. Los primeros inmigrantes eran por lo general hombres solteros, estos no eran profesionales, ni grandes científicos, pero sí contaban con un bagaje comercial superior al del colombiano promedio. Los árabes vienen de una cultura en donde se les enseña a ser austeros, durante el periodo de abundancia aprenden a guardar para las estaciones donde había escasez de alimento. Su constante sentido de ahorro ha sido traducido históricamente como avaricia, que en realidad representa una medida de seguridad con el fin de obtener un respaldo económico en su nuevo país, más que el generar dinero para sí, a pesar que el sueño de algunos era en efecto ahorrar lo más posible para regresar a su país con dinero para establecer nuevos negocios, pero fueron pocos según los relatos a los entrevistados que pudieron lograrlo.

Los árabes en Colombia han sido conocidos históricamente como *turcos*, esto obedece a que su documento de identidad (pasaporte) era sellado por el entonces imperio otomano o turco, el

cuan en dichos momentos históricos ejercían control sobre gran parte del territorio europeo y del medio oriente. Esta denominación no es acertada, pues ninguno de los tres grupos poblacionales habla la lengua turca, ni profesan la religión turca o mahometana, sino cristianos e islamistas.

En la actualidad, el islam en Colombia tiene su mayor concentración en Maicao, ciudad de significativas actividades de comercio ubicada en el territorio de la Guajira, en este lugar se edificó la segunda mezquita de mayor tamaño en Latinoamérica, así mismo fue construida otra de estas edificaciones en el archipiélago de San Andrés, donde también hay una importante aglutinación de musulmanes. De igual forma, en Maicao existe un colegio colombo-árabe que busca precisamente la protección y perdurabilidad del patrimonio cultural árabe como: el lenguaje, la costumbre y la vocación a la religión islámica.

Vásquez (2006) hace claridad en que el islam para la comunidad árabe representa algo más allá que solo el aspecto religioso, esto obedece a que al contrario de la doctrina cristiana, existe un compromiso de vigilancia social. Mahoma, a través de la revelación hecha por Yibril (el arcángel Gabriel) definió y normalizó lineamientos que guían y regulan la forma de vida de los integrantes en la sociedad; elementos como el honor, la normalización y el asistencialismo son solo algunas ideas que promueven la convivencia armónica y el orden en la sociedad.

Astudillo (2008) afirma que en resultados primarios de entrevistas realizadas a miembros de las comunidades asentadas en los territorios de Maicao y San Andrés, existe un contraste entre países desarrollados en los cuales los árabes presentan barreras para la integración social y el territorio colombiano, pues existe identidad y acoplamiento con las costumbres e ideologías locales. La religión no ha sido un obstáculo para la relación con otros colombianos y el desarrollo humano en diferentes ámbitos.

En el Atlántico, la migración árabe es principalmente Palestina, ello se debe a que el territorio árabe posterior a la ocupación por parte de las grandes potencias fue dividido y repartido entre Francia e Inglaterra, partiendo de la idea que el estado de Palestina se crea en 1988 y es reconocido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) apenas en 2012. Por otra parte, Siria alcanza la independencia de Francia en 1946. Si se hablara de cifras, los sirios representarían el 3% de la migración árabe en Colombia y el resto está dividido entre los palestinos y libaneses, en el caso del departamento del Atlántico, los sirios rondan las 3.500 personas y de acuerdo al último censo de hace 15 años se registran un total de 30.000 palestinos y en cuanto a libaneses la cifra es similar, cabe destacar un incremento en la comunidad libanesa actualmente como consecuencia de las nuevas oleadas migratorias que se han generado en los últimos 20 años (Yidi, David y Lizcano, 2007).

La importancia de la comunidad árabe desde el contexto político, étnico y cultural, radica en el impacto positivo que ha tenido este grupo en el devenir histórico de Colombia desde su llegada en la primera oleada migratoria en 1880, facilitando esta diversidad, la caracterización e identificación de las distintas comunidades y grupos de interés en el país, con la finalidad de conocer y preservar el origen, cultura y aportes de estas comunidades dentro de un país diverso que reconoce y salvaguarda la memoria y el patrimonio cultural.

En el contexto de la ciudad de Barranquilla y exhortando su privilegiada ubicación geográfica, ha permitido en su entorno la creación de oportunidades y eje de nuevos negocios; al ser una ciudad riverseña y marítima, era de mayor facilidad la comercialización de productos, razón por la cual palestinos y palestinos, sirios y libaneses inundaron las calles del mercado con artículos para tejer, bordar y todo lo referente a la costura y elementos de hogar, descubriendo así una manera distinta de emprender un nuevo negocio. En la ciudad ha existido una sana y

establecida predisposición para congeniar con lo extranjero y sus productos, sin duda la comunidad palestina, siria y libanesa y palestina con su amplia experiencia comercial pudieron hoy a través de las décadas escalar posiciones, no solo como empresarios, sino en los procesos políticos de la ciudad, la región y el país. Es así como en la última década las familias árabes más influyentes han precedido la gobernación del Atlántico, la alcaldía del distrito y diferentes consulados honorarios; sin olvidar que un ex presidente de la nación es hijo descendiente de libaneses (Slebi, 2003).

El aporte económico de la comunidad palestina, siria y libanesa al territorio colombiano según Behaine et al. (2011) ha sido reconocido, partiendo que su actuación emprendedora ha sido en diferentes escenarios de negocio. Se ha destacado principalmente la actividad comercial, un representativo número de palestinos, sirios y libaneses han contribuido al desarrollo económico y social de la nación con aportaciones como: conocimiento comercial empírico, enseñanzas milenarias desde la cultura y gestión de la disciplina en los negocios; hechos que han marcado un sin número de conceptos y casos que se destacan en el aparato económico de la nación y del departamento del Atlántico.

2.3.3. Conflicto árabe-israelí

Cabe destacar que en el mundo contemporáneo el territorio de los árabes del levante mediterráneo (Siria, Líbano y Palestina) han sido escenario de múltiples conflictos en el tiempo que han marcado el devenir histórico de la comunidad palestina y sirio-libanesa, hecho que ha sido motivante de la diáspora migratoria de árabes a territorios foráneos para evadir el flagelo que conlleva la guerra y buscar mejores oportunidades de vida. Si bien es cierto que el conflicto en el Medio Oriente ha representado un hito que ha contribuido a la inmigración de árabes del

territorio del levante, también es cierto que no ha sido un tema desentendido para las Naciones Unidas.

El conflicto árabe-israelí, viene de una gestación de muchos años atrás, comenzando por las épocas donde el imperio otomano dominaba la zona, es decir unos 500 años, luego de la seguida y constante participación en la repartición de los territorios de Inglaterra y Francia, además de otras potencias, interesadas en la zona por sus múltiples ventajas. Entre el año 1880 y el 1914, más de 60 mil judíos se asientan en Palestina, aún bajo el dominio Otomano, provenientes principalmente de Rusia y del oriente europeo. Los judíos europeos con recursos donaron dinero a los apátridas para la adquisición de terrenos, estos a su vez se instalaron en áreas apartadas; sin embargo, luego de esta migración, la población en general es árabe. A finales del siglo XIX había 470.000 árabes aproximadamente frente a solo 24.000 judíos (Martí, 2004).

Hacia 1900 el imperio otomano era un estado en decadencia, en el siglo XIX una gran cantidad de turcos habían sido retirados de la mayoría de países europeos; el Reino Unido, Francia, Alemania y Rusia jugaban con la necesidad de un estado en deterioro con el propósito de beneficiarse de sus mares y recursos petroleros, razón que llevó a conflictos internos entre las potencias antes mencionadas. El Reino Unido, ya contaba con participación en el Oriente Medio, dominando a la India, situación que lo favorecía el comercio con el oriente y que luego de 1869 con la apertura del canal de Suez, necesitaba mucho más afianzar su presencia, por lo que en 1882 ratifica su poderío con la dominación de Egipto. Rusia por su parte puso especial atención en Turquía por su entrada al mediterráneo y el petróleo localizado en Persia, muy cerca de la frontera con Rusia. Francia jugaba un papel distinto, su participación había sido directamente en Siria y en el Líbano, velando principalmente por el cristianismo en oriente, presencia que había

sido establecida desde la época de las cruzadas y que generó desde 1860 un particular interés de los árabes por emigrar a Francia, como consecuencia del dominio otomano.

Alemania usó otra estrategia, la de ayudar desde lo militar, lo que dio resultado en 1916 con la participación de Turquía en la I Guerra Mundial junto a Alemania, ejercicio que no fue del todo positivo luego de la derrota de la potencia en esta guerra. Sin embargo, esta estrategia, dio pie para que el Reino Unido, quien buscaba un aliado, le ofreciera ayuda para la creación de un estado árabe y en el ataque frente a los turcos. El área para este ataque sugería a Siria y a Palestina que formaba parte de esa provincia; se podría decir entonces que desde 1914, luego de comunicaciones entre Sir Henry MacMahon del Reino Unido y Hussein Ibn Alí del pueblo árabe empezaría a disputarse Palestina. Mientras los árabes de los fondos, armamentos y otras facilidades proporcionados por el gobierno británico, el Reino Unido y Francia debatían sobre cómo repartirse el Oriente Medio luego de la guerra (Bosemberg, 2009).

Las diferentes decisiones que se han establecido en el tiempo respecto a la comunidad árabe, específicamente en el territorio del levante mediterráneo que corresponde a Palestina, ha sido un catalizador de cambios. Ejemplo de ello se ubica en fechas posteriores a la segunda guerra mundial y al holocausto judío, en 1948 se crea el estado de Israel que aglomera la comunidad judía y que se integra al territorio de Palestina, que a la fecha también incorpora a las naciones de Siria y Líbano, la hoja de ruta que se ha tratado de mantener con la gestión territorial, siempre ha estado motivada por el interés de la creación de un continente que engloba una división de estados territoriales homogéneos y coherentes en lengua, etnia y cultura (Finkelstein, 2003).

Para Ulanovsky (2013) esta situación presenta sus orígenes desde el fin de la Guerra Fría que representó para el mundo una transición de ideologías fruto de la aparición de nuevos estados y órganos que han sido definidos en el nuevo orden mundial. La integración de los israelíes al

territorio de Palestina, con el tiempo ha generado múltiples conflictos y choques con los árabes, flagelos que han dejado consecuencias para ambos flancos en el marco del conflicto árabe-israelí (Finkelstein, 2003).

Lewis (1996) en lo que respecta al conflicto árabe-israelí, siempre ha dado favorables opiniones sobre la posición de Israel. El autor afirma que hay un balance entre las guerras y conflictos generados por ambas partes; en este sentido puntualiza sobre las iniciativas de guerras propiciadas en 1956 y 1982 por Israel y de las de 1948 y 1973 desde el bando de los árabes. Lewis (1996) además afirma que la emigración palestina fue consecuencia de la expulsión de sus hogares. Sin embargo, para el autor, el conflicto comenzó luego que se impidiera la creación de un estado judío por parte de los árabes en Palestina.

Puede afirmarse que el conflicto árabe-israelí ha sido generador de situaciones de excepción en el territorio de los estados que conforman el levante mediterráneo y debido a los latentes impactos del conflicto, los habitantes de este territorio han optado por emigrar a territorios foráneos generando en diferentes momentos del tiempo, la dispersión de árabes en diferentes territorios a nivel mundial, que se han evidenciado en múltiples casos de su integración e inclusión en diferentes naciones del globo.

2.4. Gestión de organizaciones

Para Montaña (2013) los estudios corporativos en la actualidad deben enmarcarse y orientarse al propósito de cumplimiento eficiente de resultados. De la misma forma resalta al cambio organizacional como elemento que ha sido transversal en el desarrollo histórico de la teoría administrativa (Montaña, 2010), la forma bajo la cual definen su modelo de actuación también constituye uno de los principales ejes de estudio en la revisión e investigación administrativa y bajo este lineamiento se limita el planteamiento de la estructura organizacional, que de acuerdo a

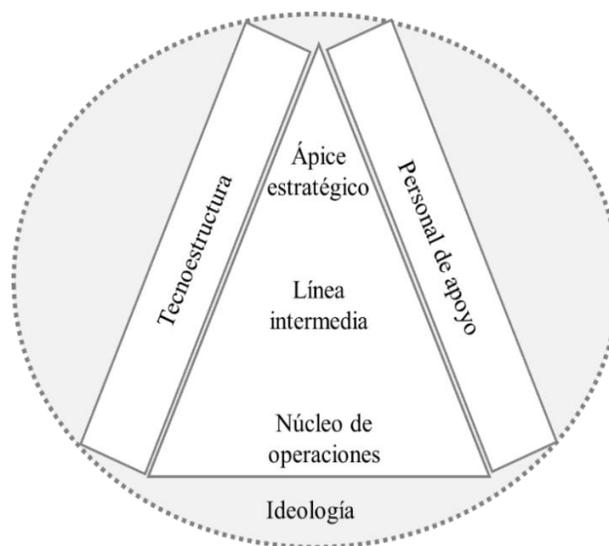
Mintzberg (1988) ha estado enmarcado bajo el enfoque de lograr el mejoramiento de las formas organizacionales manifestado en las metodologías apropiadas y no apropiadas de diseñar una organización, no obstante, la diversa naturaleza de las organizaciones ha conllevado a que se fragüen modelos gerenciales exitosos y en ocasiones algunos fracasos. Fruto de esta situación ha sido el cambio de paradigma de *una mejor forma* a la noción del *todo depende de*, conocido en la teoría administrativa como la teoría de la contingencia.

Dado a que las variaciones (en ocasiones turbulentas) que genera el entorno de los negocios, las formas organizacionales requieren flexibilidad que permita el ajuste ante los cambios que se generen en la volatilidad del entorno. Por ello es importante conocer los diferentes elementos que integran a la organización como sistema, que de acuerdo a Mintzberg (1988) comienzan desde los cimientos de la estructura conformado por los integrantes de la organización y su respectiva ejecución de las operaciones básicas, dichos miembros constituyen el denominado *núcleo de las operaciones*, en contrapartida al eje operativo, toda organización debe contar con ciertos miembros que ejerzan autoridad, vigilancia y control sobre las diversas actividades propias de la organización, así se conforma el llamado *ápice estratégico* y ligado al tamaño de la organización, además del número de áreas funcionales de las que surge la *línea intermedia*.

La complejidad de las organizaciones también conlleva a la necesidad de un punto de vista diferente respecto a algunas situaciones, este proceso requiere generalmente de grupos externos a la organización que proporcionan el servicio de asesoría y/o consultoría a las organizaciones, esto forman la *tecnoestructura* de la organización, finalmente las organizaciones complementan su estructura con actividades inherentes a su actividad principal, que integran las unidades de *apoyo administrativo* (Mintzberg, 1988).

En última instancia, todas las organizaciones cuentan con un sexto elemento, la *ideología* (ver figura 7), cuya noción aglutina las tradiciones y creencias asimiladas por los integrantes de la organización, la ideología se posiciona como un factor diferencial de cada organización y elemento generador de identidad en el contexto organizacional (Mintzberg, 1988).

Figura 7. Seis partes básicas de la organización



Fuente: Adaptado de Mintzberg (1988)

Además de las organizaciones, Montañó (2010) reafirma como objeto de su administración la búsqueda de mayor productividad en los resultados, supuesto que se apoya en gran medida con el principio de cambio en los modelos de gerencia, el cual se ha visto impulsado dada la globalización de los negocios y la extensión de la actividad internacional en las empresas. A partir de este hecho, se distinguen tres posibles enfoques de afrontamiento a la gestión de cambio en modelos organizacionales:

- a) *Adaptación de las capacidades*, ajustando los recursos de la organización a las condiciones del entorno.

- b) *Orientación a la eficiencia y eficacia*, procurando la óptima administración y la productividad del sistema.
- c) *Autonomía y diferenciación*, generando competencias distintivas que permitan sobresalir en el mercado y ser sostenible en el tiempo.

2.4.1. Enfoques organizacionales

Los estudios sobre las organizaciones han adoptado diferentes perspectivas, realizar un análisis exhaustivo de los diferentes enfoques sobre la investigación teórica de las organizaciones es una actividad difícil, agregado a ello tiende a confundirse la temática con los modelos gerenciales, si bien ambas temáticas son complementarias, son elementalmente distintas (Zalpa, 2002).

Enfoque clásico

La escuela clásica se orienta a la concepción de la estructura e infraestructura de la organización como el engranaje de un sistema rígido, estandarizado y mecanicista (Morgan, 1997; Simon, 2013), fundado en una filosofía de gestión basado en las decisiones racionales y eficientes. A pesar de que el modelo clásico ha mermado su vigencia a través del tiempo, algunas organizaciones han fortalecido su capacidad competitiva bajo las premisas del modelo clásico, resultado en técnicas mundiales de gestión (como la administración de la calidad total, el justo a tiempo o los estudios de métodos y tiempos, entre otras).

Enfoque de las relaciones humanas

El enfoque humanístico marcó en la teoría administrativa el hito del posicionamiento de las personas en la organización como miembros clave para la consecución de los propósitos y metas de la organización, tuvo sus inicios en las investigaciones de George Elton Mayo en la fábrica de Hawthorne, la vertiente de las relaciones humanas se complementa con los aportes de Douglas

McGregor con su aporte ideológico fundado en la forma en la que los administradores gerencian las organizaciones bajo sus ideas propias que poseen acerca de sus colaboradores, agregado a ello los principios base del enfoque humanístico, lo constituyen la idea que estudiar a la organizaciones implica estudiar a sus miembros, motivaciones, relaciones y normas formales e informales que surgen de la convivencia, tipos de liderazgo, entre otros de igual forma la gerencia debe propender por el alineamiento adecuado de los objetivos corporativos con los objetivos individuales, de esta forma las organizaciones se desarrollan, si sus miembros se desarrollan (Zalpa, 2002).

Enfoque estructuralista

Mouzelis (1973) afirma que la escuela estructuralista busca una integración de los aportes de los enfoques clásico y humanístico, partiendo del supuesto que las organizaciones son sistemas reguladores del comportamiento humano, con el fin de orientar esfuerzos al cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.

En el enfoque estructuralista se propende por una organización matricial, que tiene en cuenta la diversificación de variables imprescindibles para la consecución de las metas, a la par que se busca la diferenciación e integración de las áreas funcionales de la organización, como instrumento básico de trabajo los organigramas (Zalpa, 2002).

Enfoque sistémico

El enfoque sistémico parte de contemplar a la organización como un conjunto de elementos de un sistema compuesto por entradas, procesos y salidas que deben funcionar eficiente y sinérgicamente, el marco referencial para soportar las decisiones lo constituye la información debidamente soportada en análisis cuantitativo y confiable, si dicha información recorre de

forma correcta por los canales de comunicación de la organización, este perfila en una mejor condición para determinar sus objetivos y las estrategias pertinentes para lograrlos (Zalpa, 2002).

El mayor aporte al enfoque sistémico de las organizaciones, lo constituye la teoría general de los sistemas propuesta por Bertalanffy (2006), este último define un sistema como un complejo de componentes organizados, los cuales están en interacción de forma continua, bajo esta premisa también existen modelos, normativas y principios que enmarcan el desenvolvimiento y la operación normal de los sistemas, y de las organizaciones como sistema (Atehortúa, Bustamante y Valencia, 2008).

Enfoque de las organizaciones como relaciones de poder

La influencia del marxismo y diversas teorías del conflicto fortaleció el énfasis en el conflicto dentro de las organizaciones, ya que la realidad demarca que no todo es consenso y mutuo acuerdo en las organizaciones, ejemplo claro de ello son los sistemas gubernamentales, conceptos clave para el análisis de esta perspectiva lo constituyen las coaliciones, el conflicto y la negociación (Zalpa, 2002).

Teoría de la contingencia estructural

El enfoque contingente parte del paradigma en el cual las organizaciones deben adaptarse al entorno. Las organizaciones en este sentido no son entes estables, sino que deben adaptar a la modalidad de percepción del entorno, dicha percepción conjuga los factores contingentes de las organizaciones, que acuerdo a Donaldson (1996) algunos factores determinísticos en el modelo de negocio de las organizaciones son: la estrategia corporativa, tamaño, tecnología, claridad y complejidad de los objetivos organizacionales, entre otros.

En esta tesis, el enfoque es contingente debido a que la cultura como elemento en las organizaciones de la comunidad palestina, siria y libanesa presenta su incidencia en las diferentes

acciones que emprenden en la medida del tiempo con la finalidad de alcanzar sus objetivos, de esta forma se constituyen modelos de negocio que cuentan con la adecuada flexibilidad para aprovechar las oportunidades de mejoramiento y determinar las decisiones más óptimas.

2.4.2. *Cultura y organizaciones*

En el área de las organizaciones es normal tratar el tópico de la cultura de las empresas, pues dicho tema ha constituido el objeto de estudio de múltiples estudiosos de la materia, y es por ello por lo que el factor cultural e ideológico de las organizaciones requiere una gestión coherente y sistemática en cualquier tipo de organización (Lessem, 1992).

Se puede afirmar que la cultura no es más que un sistema de elementos, productos, ideas, creencias, legislaciones, entre otros. En síntesis un gran sistema cuyo engranajes están clasificados en materiales, humanísticos y espirituales, y es mediante dicho sistema que el ser humano hace frente a los fenómenos de la realidad y desarrolla soluciones concretas a las diferentes adversidades que conlleva el hecho de existir. En este orden de ideas la cultura presenta tres componentes. Primero, lo tecnológico que implica la realidad física, es decir las diversas herramientas, elementos prácticos y recursos técnicos que interactúan con el ser humano en su diario vivir. Segundo, lo sociológico relacionado con la convivencia del hombre en sociedad y las diversas consecuencias que acarrea la interacción con otros. Y finalmente, el aspecto ideológico que abarca el sistema general de costumbres, conductas y creencias del ser humano en lo que concierne a lo ético, moral y religioso (Lessem, 1992).

A nivel organizacional la concepción de cultura no es muy distinta, cada organización cuenta con su identidad corporativa, así como su código de ética, valores y creencias que influyen en la modalidad de actuación de sus colaboradores. Primeramente la cultura organizacional agrupa conceptos puntuales y no tanto integrados que coadyuvan a la generación del modelo cultural de

la organización, los *principios básicos de la compañía* constituyen los aspectos fundamentales que orientan el ¿qué se hace? y ¿hacia a donde se va?, enmarcan la actividad de la organización a fin de transmitir a sus participantes y grupos de interés un marco de referencia respecto a los principios que orientan su funcionamiento, *el credo de los empleados* constituye el sistema armónico de creencias y nociones presentes en los diferentes miembros de la organización, generalmente determinan las actitudes frente las diversas situaciones fruto de las labores habituales, y los *valores corporativos* que conforman las bases axiológicas de la organización delimitando una actuación ética en la actividad empresarial (Zalpa, 2002).

Ahora, las organizaciones dada su continua interacción con el entorno están en la necesidad de adaptar sus diferentes elementos y componentes a las condiciones que surjan en los diferentes momentos en el tiempo, es donde se origina el enfoque contingente de las organizaciones (Donaldson, 1996). Ante este escenario, Kotter y Heskett (1995) aluden al enfoque adaptativo de la cultura en sintonía con los demás componentes de la organización, de esta forma se logra una adecuada posición proactiva y de anticipación frente los cambios del entorno, propiciando a la organización la posibilidad de tomar decisiones oportunas con el fin de minimizar el riesgo y en el largo plazo significativos niveles de rentabilidad.

En este orden de ideas Kilman, Saxton y Serpa (1985) expresan que las culturas adaptables están relacionadas con la asunción de un pensamiento que ayuda a una filosofía de proactividad. Esto en sinergia con la vocación de asumir riesgos y la fe en los cambios como respuesta a las exigencias del entorno. Así pues paradigma se traduce desde el ente propio de la organización hasta los individuos que la conforman, de igual forma coexiste el empoderamiento, la motivación y el sentido de la confianza para afrontar los diferentes retos que emerjan, esta filosofía se transmite y trasciende a una visión compartida implícita en las organizaciones.

2.4.3. Niveles y elementos de la cultura organizacional

La cultura organizacional como identidad de cada organización puede desglosarse en niveles más puntuales, Schein (2010) propone tres niveles en donde la cultura hace presencia: los artefactos, los valores adoptados y los supuestos básicos.

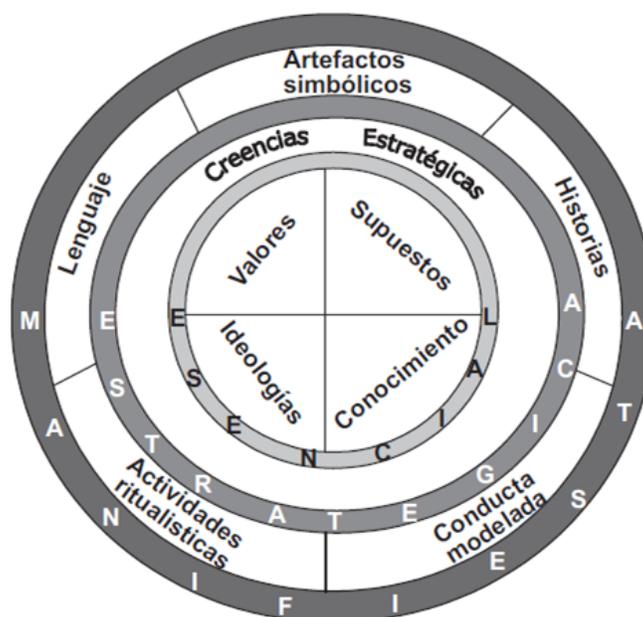
- *Artefactos*, los artefactos constituyen el conjunto de los aspectos tangibles más susceptibles a los sentidos humanos, son denominados como el primer estrato de la cultura organizacional, se caracterizan por brindar a los miembros externos una primera impresión sobre el núcleo central de la cultura organizacional (Finch, Freeman y Gilbert, 1996), agregado a ello los artefactos también incluyen elementos tales como el comportamiento de los integrantes, la estructuración interna/externa y aquellos procesos organizacionales visibles (Zalpa, 2002).
- *Valores adoptados*, los valores adoptados representan el segundo estrato de la cultura y los diversos presupuestos axiológicos, éticos y morales que sirven de lineamiento a los integrantes de la organización para desarrollar los procesos de una organización de una forma u otra, los valores también se posicionan como el punto de referencia que justifican la manera de actuar de las personas (Finch, Freeman y Gilbert, 1996).
- *Supuestos básicos*, los supuestos básicos constituyen el tercer estrato de los niveles de la cultura, son compuestos por el conglomerado de creencias y presupuestos cognitivos que se anidan en el interior de la organización (Finch, Freeman y Gilbert, 1996), la principal diferencia que radica entre los valores adoptados y los supuestos básicos, es que los primeros permiten prever lo que las personas dirán en determinadas circunstancias, pero realmente no propician la posibilidad de predecir su manera de actuar en dichas circunstancias (Zalpa, 2002).

2.4.4. Dimensiones de la cultura organizacional

La cultura organizacional si bien ha sido foco de estudio a lo largo del tiempo, abordar la temática en ocasiones resulta ambiguo y complejo, las investigaciones desarrolladas en torno a la temática buscan esclarecer concepciones conceptuales, metodológicas y genéricas respecto a la temática, sin embargo, debido a la propia naturaleza del ser humano, la diversidad de enfoques científicos propicia resultados diferentes, especialmente en los aspectos que giran en torno a las dimensiones y componentes de la cultura organizacional (Toca y Carrillo, 2009).

El papel de la cultura en la sociedad está compuesto por una amplia gama de elementos y componentes (Lundberg, 2000; Schein, 1988). Es por ello que Toca y Carrillo (2009) desarrollan un modelo fundamentado en una clasificación por capas (ver figura 8), que representan diferentes dimensiones de la cultura que integran cada una diversos elementos. Bajo esta directriz Druckman, Singer y Van Cott (1997) proponen la clasificación de la cultura por capas, en una capa externa que integra todo los componentes observables de la cultura y una capa interna que incluyen los aspectos invisibles o idealizados de forma endógena en la organización.

Figura 8. Dimensiones de la cultura organizacional



Fuente: Toca y Carrillo (2009, p. 121)

Dimensión esencial

Reúne los antecedentes e ideas que impactan los pensamientos y gestión de las organizaciones. Es la capa interna, conformada por cuatro componentes: los valores, los supuestos, las ideologías y el conocimiento. Los valores son aquellas ideas generales compartidas por la organización y que definen lo correcto desde la mirada común. Los supuestos van más allá e incluyen los sentimientos y preceptos comunes en gran parte de los colaboradores del sistema, en variables como tiempo, concepto de mundo y relaciones interpersonales. Las ideologías responden a las creencias generales y al compartir espiritual sobre la realidad social y las interpretaciones del día a día.

Por último, está el conocimiento retratado como la evidencia conceptual de valores, juicios, explicación de situaciones, representaciones y manifiestos de la realidad, entre otros. El conocimiento pone en evidencia la capacidad de las personas de asimilar los hechos y emitir su interpretación de los fenómenos teniendo en cuenta su accesibilidad a los datos e información necesaria y de procesos de aprendizaje que conforman su marco cognitivo (Toca y Carrillo, 2009).

Dimensión estratégica

Normalmente el término estrategia está asociado a una visión de largo plazo o al nivel organizacional relacionado con el direccionamiento de la empresa concibiéndola como un todo, la dimensión estratégica de la cultura de una organización se alinea con el conjunto de convicciones y creencias de sus líderes, buscando elementos de poder que permitan la administración y decisión en los niveles directivos. La dimensión estratégica entonces, evoca no solo parte de la esencia cultural sino también la parte más ajena y superflua (Toca y Carrillo, 2009).

Dimensión manifiesta

En esta dimensión los rasgos son visibles y sus miembros identifican los inconvenientes y desaciertos de manera similar dentro de la organización. Este nivel incluye el *know how*, es decir toda la dinámica tácita de la empresa, su simbología, elementos del lenguaje y todo el comportamiento organizacional común para sus miembros (Toca y Carrillo, 2009).

2.4.5 Orígenes y desarrollo del concepto de cultura organizacional y su relación con la cultura

Giddens (2000) define la cultura como el compendio de valores y creencias que identifican la estructura humana de diferentes organizaciones, el origen de este concepto se remonta a la ciencia sociológica, pero su aplicación es transversal a las demás ciencias sociales y humanas.

Montaño (2000) describe la cultura organizacional desde una propuesta renovada del modelo burocrático que busca identificar las cualidades de los trabajadores dentro de la organización, para motivar en ellos la competitividad. El autor explica que la cultura se ha estudiado históricamente en tres dimensiones: la cultura obrera, la cultura nacional y la cultura organizacional. Esta última no fue estudiada ni tomada en cuenta por muchos sociólogos, quienes fueron los primeros en hablar del tema de cultura, a pesar de la diversidad en el contexto organizacional del que eran parte las empresas estadounidenses del siglo XIX luego de la migración europea. Sin embargo, en América rasgos como la tradición y la herencia eran sinónimo de anti-modernidad, un término y condición que la alejaban de la autonomía del ser y que impedían el desarrollo del sistema burocrático donde reinaba lo impersonal.

Schein (2010) propone entender la cultura de las organizaciones, como la identidad y estilo de la organización para la gestión de su ambiente laboral, también dimensiona un complejo de ideas y metáforas que modelan la forma de trabajo con una entidad particular o el estilo de direccionamiento que envuelve la misma. Además, expone que la cultura organizacional de una

compañía presenta sus inicios en hechos como su fundación e historia de dirección, como también la influencia de los factores del entorno (políticos, sociales, financieros, tecnológicos, entre otros); y esta se expresa mediante la comunicación formal, las modalidades de operación, los vínculos de trabajo, el estilo de direccionamiento y los grupos informales que se dan en convivencia organizacional (Zapata y Rodríguez, 2008). Esta perspectiva coincide con la propuesta de Davis (1993), autor que expone que las organizaciones en símil con las huellas dactilares, son únicas y diferentes.

El frente principal de la cultura de las organizaciones puede inferirse como la influencia que se realiza sobre los colaboradores con el fin de coaccionar sus conductas y comportamientos. Para analizar la dimensión cultural de las organizaciones, Morcillo (2007) por ejemplo, contempla vislumbrar el estilo de dirección, los principios éticos y morales de la gestión, la colaboración, la comunicación, la orientación al cambio y las competencias distintivas.

Bases teóricas que complementan la bibliografía referente a cultura organizacional, está compuesta por el enfoque desarrollado por North (1990) respecto a la influencia del entorno, en la acción de las personas de fijarse objetivos y las respectivas estrategias para alcanzarlos; la teoría de los recursos y capacidades dictamina que la cultura funciona como generadora de elementos diferenciadores que fortalecen su capacidad competitiva (Barney, 1991, Cuervo, 1993).

Agregado a ello, Barney (1991) menciona que la cultura es un recurso para el cumplimiento de logros, además si ese recurso ayuda a la generación de valor, de esta forma la hace única y diferente de las demás, siendo difícilmente de imitar por los competidores, siendo contribuyente de éxito y de un mejor desempeño asociado al éxito.

Smircich (1983) agrega que la cultura de las organizaciones, representa para la gerencia un elemento clave que puede ser gestionado y administrado, de tal forma que los esfuerzos y acciones se encaminen hacia el logro de los objetivos corporativos; de esta forma desde el nivel estratégico se pueden diseñar e implementar estrategias que permitan la cohesión y colaboración entre miembros, de tal forma que mediante principios y valores clave se mancomune sinérgicamente la acción corporativa con la estrategia corporativa orientada a las metas de la organización. La cultura como parte de la organización, siguiendo a Smircich (1983) puede ser gestionada de tal forma que con las acciones pertinentes coadyuve al mejoramiento continuo del desempeño organizacional y alcanzar los objetivos.

Cultura como variable

Entre sus características fundamentales se encuentran:

- Normatividad que promueve la unión de la organización.
- Enuncia los valores éticos, ideales o creencias que son comunes entre los integrantes del sistema organizacional.
- Los valores o creencias se expresan mediante instrumentos simbólicos (relatos, código de comunicación, costumbres, entre otros).
- A partir de esto entonces, se transfiere un sentido de pertenencia hacia la organización y sus miembros, facilitando compromisos en algo más amplio que el individuo y proporcionando sentido y significado para lograr guiar y modelar comportamientos.

Cultura como metáfora

Entre sus características fundamentales se encuentran:

- La visión instrumental de las organizaciones que se deriva de la metáfora de la máquina en las organizaciones debe ser entendida como cultura.;

- A partir de él, se promueve una visión de la organización como una manifestación del ser humano
- Las organizaciones se entienden ya no solo desde lo económico, sino también desde su componente humano destacando los talentos, habilidades o competencias con los que cuentan las personas.
- Se trata entonces de conocer la experiencia de la organización como un hecho subjetivo y único, en el cual son factibles de estudio los factores y elementos que posibilitan el accionar de forma sinérgica y organizada.

Estrada y Sánchez (2009) exponen que globalmente han sido desplegadas diferentes herramientas y estrategias para la medición y evaluación del desempeño alcanzado por las empresas desde los puntos de vista: financiero, operativo y de eficacia; algunas son objetivas/cuantitativas, recuperadas de información cuantitativa derivada de los diferentes bancos de datos como el sistema de información contable, presupuestos o indicadores del cuadro de mando integral; algunas son subjetivas/cualitativas, lo cual representa que su recuperación está fundamentada en percepciones, interpretaciones o puntos de vista de los integrantes de la organización referentes y participantes a los procesos misionales, también siendo posible la integración de un juicio de expertos. Es sobresaliente, que aún no se presenta un acuerdo referente a la generalización y eficiencia de los indicadores para la evaluación del desempeño, pero es relevante contar con información cuantitativa y cualitativa que permita una toma de decisiones más integral.

Se afirma que las culturas en las empresas constituyen y modelan los componentes éticos, principios, valores y creencias que comparten los colaboradores y conjuntamente determinan las acciones y el quehacer de la organización según la integración, interacción y capacidad de

colaboración entre sus miembros, puede afirmarse que el liderazgo por parte de los directivos representa un elemento que coadyuva o restringe las capacidades de la organización para alcanzar sus objetivos, complementando la categorización de las culturas organizacionales la tabla 6 expone una clasificación propuesta por Gálvez y García (2011).

Tabla 6. Tipos de cultura organizacional en las empresas

CLAN	ADHOCRÁTICA
<ul style="list-style-type: none"> • Características: valores y objetivos compartidos, cohesión, implicación de los empleados, compromiso, sentido del “nosotros”, equipos de trabajo, consenso. • Tarea de gestión: potenciar a los empleados y facilitar el compromiso, la participación y la lealtad. • Espacio de trabajo: amistoso, en el que las personas comparten mucho de sí mismos. • Líderes: mentores, figuras paternas. • Meta a largo plazo: beneficio del desarrollo individual con una moral y cohesión alta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Características: adaptabilidad, flexibilidad, creatividad, convivencia con la incertidumbre y la ambigüedad de la información, ausencia de poder centralizado y de cadenas de mando bien establecidas, énfasis en la individualidad, el riesgo y la anticipación. • Tarea de gestión: estimular el riesgo, el conocimiento y la creatividad para estar siempre adelante. Crear una visión de futuro, gestionar el caos, disciplinar la imaginación. • Espacio de trabajo: dinámico, emprendedor y creativo. • Líderes: visionarios, innovadores, orientados al riesgo. • Meta a largo plazo: crecimiento rápido, adquisición de nuevos recursos, producir servicios y productos únicos y originales.
JERÁRQUICA	MERCADO
<ul style="list-style-type: none"> • Características: reglas formales, especialización, meritocracia, jerarquía, impersonalidad, mecanismos de responsabilidad, control, los procedimientos rigen lo que las personas hacen. • Tarea de gestión: coordinación y aplicación de los procedimientos. • Espacio de trabajo: formalizado y estructurado. • Líderes: coordinadores y organizadores. • Meta a largo plazo: estabilidad, previsibilidad y eficiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Características: orientación hacia el exterior, el control viene de los mecanismos del mercado, énfasis en las transacciones (intercambio, ofertas, contratos) con agentes externos para crear ventajas competitivas. La competitividad y productividad son los valores clave. El entorno es hostil y los clientes exigentes. • Tarea de gestión: dirección por objetivos. • Espacio de trabajo: orientación a resultados. • Líderes: productores exigentes, competitivos y demandantes. • Meta a largo plazo: logro de objetivos mayores, buena posición y penetración en el mercado, ser líder.

Fuente: Gálvez y García (2011)

2.4.6 Cultura organizacional en el contexto colombiano

Mendez (2006) conceptualiza la cultura como una forma de pensamiento colectivo, la cual identifica el sistema de creencias y valores que componen los miembros de la organización, los

cuales finalmente se institucionalizan y generan conducta y comportamiento organizacional. La aplicación de la cultura en el ambiente laboral, esta sujeto al concepto que el lider disponga y ejecute relacionados con las personas, el sistema cultural y el confort de los escenarios de trabajo, en el mismo sentido que las relaciones laborales y la interacción e influencia que exista entre los integrantes de los distintos niveles de la organización.

Con lo anterior, se infiere acerca del sistema de las percepciones compartidas por los integrantes de la organización son aquellos que identifican todas la características, patrones y comportamientos dentro de un entorno laboral, la cual varía según las políticas de la organización y su funcionamiento dentro de ella. Dentro de cada organización se presentan modelos estipulados que los empleados deben seguir para cumplir los procesos de productividad y eficiencia que forman la imagen de una empresa, cuyos patrones dados estan para dar cumplimiento alineado a los valores de la organización. Asimismo, el clima organizacional influyen en la cultura de cada organización dando aspectos positivos o negativos al comportamiento de las dentro de ellas.

Dentro de la cultura organizacional de la empresas colombianas Méndez (2006) identifica seis categorías de la cultura colombiana , las cuales se basan en sus estudios realizados sobre cultura:

- *Ejercicio y reconocimiento de la autoridad formal*

Todo está dado por el seguimiento de la distribución jerárquica, los empleados siguen al líder, el jefe que da las órdenes las cuales ellos deben cumplir.

- *Liderazgos autocráticos de los jefes*

El jefe de cada organización es el que toma las decisiones, y pocas veces o nunca hace caso de los aportes de los empleados a las decisiones pertinentes a la organización.

- *Involucramiento en las decisiones*

Aún no se una autonomía o autorregulación suficiente para determinar decisiones, de la misma forma son aceptadas decisiones establecidas y dictaminadas por líderes informales.

Teniendo en cuenta estas tres primeras categorías, puede establecerse que presentan rasgos propios derivados de la composición de la estructura organizacional, la cual encuentra sus primeros fundamentos en las teorías administrativas, como la administración científica de Taylor o la burocracia de Weber, quienes en sus diferentes estudios, contribuyeron y soportaron en el constructo teórico de la racionalidad, eficiencia y arquitectura del sistema de organización interna en las empresas, bases esenciales en el proceso del diseño organizacional (Daft, 2010).

- *Desarrollo de actividades que potencian relaciones no formales*

Los empleados no consideran relevante crear relaciones laborales o vincularse a grupos informales, sobresale la baja participación en programas de entretenimiento e integración social, resultante de la creación de grupos primarios.

- *Empoderamiento del colaborador con la misión organizacional*

Los colaboradores cuentan con información de la organización y de la relevancia que representa el cumplimiento de sus actividades con el logro de los objetivos corporativos, hacen visible su compromiso y sentido de pertenencia con la compañía.

- *Procesos interactivos de carácter formal*

Los integrantes de la organización forman vínculos que se distinguen por el mutuo apoyo con sus semejantes, identificando procesos cooperativos que emergen desde la voluntad individual. Las organizaciones en Colombia sobresalen por conservar rasgos similares de forma positiva y resultados satisfactorios en las percepciones individuales sobre el clima organizacional que han sido edificadas desde los mismos participantes.

Denison (1991) expresa que la cultura en las empresas presenta una relación directa con la eficiencia administrativa y el rendimiento organizacional, por lo que se presenta como un componente para tener en cuenta en las estrategias y acciones, así como su operacionalización en los diferentes niveles que constituyen la estructura corporativa.

Así mismo, es relevante contemplar que, en la arquitectura de la cultura organizacional, se interrelacionan la estructura organizacional y sus componentes vinculantes como la comunicación, estrategia, conocimiento y valores compartidos, principios para tener en cuenta y relacionados desde la etapa de diseño de la organización (Denison, 1991).

Dentro de la cultura organizacional se presentan unos modelos, en primer lugar, se encuentran los modelos de Cameron y Quinn (2011), los cuales proponen una categorización de la cultura en cuatro principales frentes: de clan, adhocrática, jerárquica y de mercado. La primera cultura se enfoca en el desarrollo humano, el sentido colectivo y el empoderamiento con los procesos corporativos, por otra parte, la cultura jerárquica, la cual tiene una orientación al interior de la empresa busca la estabilidad y el control dentro de la misma, se basa en valores como eficiencia, orientación al cumplimiento de los procesos y las reglas dentro de las empresas.

Por otra parte, la cultura adhocrática, es la que valora primordialmente la flexibilidad, y con orientación externa, las empresas que las tienen son las empresas que buscan tener un liderazgo en el mercado y operan en situaciones de contingencia permanente. También está la cultura del mercado, la cual pone énfasis en lo externo para aumentar la competitividad empresarial y el aumento de su productividad.

Enfoque contingente en la cultura organizacional

En esta escuela se hace énfasis en el carácter situacional y cambios del entorno que se presentan dentro de los países así mismo estos patrones culturales son tomados como modelos para las

personas decir el modelo son las características de definen los valores, creencias, artefactos y supuestos básicos. Reconociendo la diversidad cultural y necesidad de laborar y actuar dependiendo de ella (Vargas, s.f).

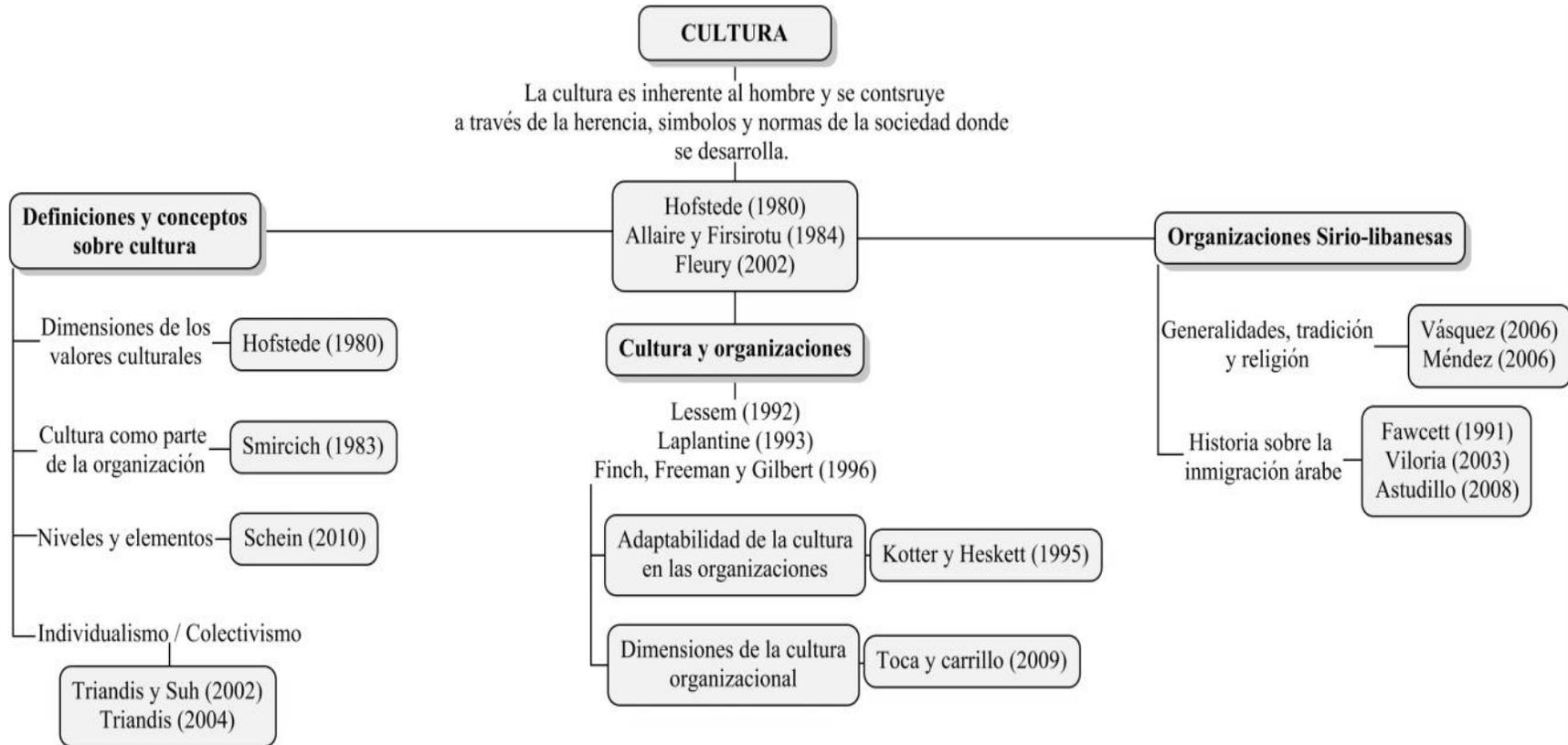
La cultura dentro de la empresa define los valores organizacionales que los integrantes de la organización deben seguir, las normas de conducta y comportamiento que deben seguir, la comunicación que deben manejar, la forma en que se deben expresar y la forma de hacer las cosas dentro de la organización. Y con la llegada de la globalización la cultura organizacional tiende a variar significativamente, la manera como se ejecutan los procesos dentro de una organización, hasta la forma de comunicación cambian, ya que con la inserción de nuevos patrones culturales las personas deben empezar a reaprender la manera como se realizan los procesos dentro de la misma, el trato entre colegas y los directivos empresariales, así como los protocolos de manejo e información de funciones y actividades dentro de la organización.

Siguiendo la línea de los mapas conceptuales por variables, se describe a continuación un esquema retratado en la figura 9, en donde se explican las definiciones y conceptos de los autores de la línea de tiempo de la cultura, los autores que le dieron una mirada desde la organización así como el abordaje del objeto de estudio de la comunidad palestina, siria y libanesa esbozado desde la migración inicial hasta los conceptos de religión asociados a su cultura y luego replicado en la organización.

Adentrándonos ahora en los aspectos de la cultura organizacional, esta investigación, basándose en las compilaciones de referencia bibliográfica utilizada, demostró que los árabes durante las tres migraciones más importantes (1880, 1940 y 1970), iban en sincronía con la evolución natural del entorno barranquillero, que luego de aceptarlo, asimilarlo, evaluarlo y compararlo con el entorno de ellos, lo encontraron como un contexto oportuno para la maximización de sus

recursos y capacidades, a través de un proceso de toma de decisiones asertivas que sirvieran como guías para el establecimiento de normas y comportamientos que erigieran a las nuevas organizaciones que construirían y consolidarían en su nuevo lugar de residencia pero a partir de los valores y creencias de sus organizaciones de origen, de aquellas instituciones a las que estaban acostumbrados y de las que traían impresas su identidad que consideraban, implícita o explícitamente, como aquellos supuestos legítimos que debían darse al interior de cada organización de trabajo. De esta manera, fueron levantando diversos emprendimientos que manifestaban la subcultura organizacional como un ítem representativo de la gran cultura árabe, que traducía clases de procedimientos y horarios específicos, estilos de liderazgo y toma de decisiones, establecimiento de compromisos, conductas de emprendimiento, formas de interacciones distintivas y uso del poder que empezaban a imponerse a través de contingencias culturales, hasta el punto de conformar todo un sistema organizacional que conservaba en un nuevo contexto, las costumbres tradicionales que se guardaban al interior de las organizaciones árabes y que empezó a tener efectos diversos sobre el comportamiento de la sociedad barranquillera que paulatinamente fue inmiscuyéndose y aceptando, cada vez más, como propias; empezando a darse, una mayor correspondencia entre los valores organizacionales de los árabes con los valores organizacionales de la población barranquillera, no como una cultura organizacional rígida sino dinámica que cambiaba en la medida en que los procesos de adaptación de los migrantes árabes y de los barranquilleros, evolucionaba y se ajustaban al medio externo.

Figura 9. El concepto de cultura



Fuente: Elaboración propia

2.5. Capital social

Dentro de la presente investigación se contempló el capital social como una variable influyente en la historia de los árabes en Colombia. El capital social y las redes de trabajo le han permitido a los árabes conectarse a distintos ámbitos, así como también les ha favorecido la inclusión en la sociedad a partir del establecimiento de relaciones interpersonales hechas con locales y con miembros de su misma comunidad. Este vínculo de carácter social y laboral se soporta en evidencias simbólicas como la confianza, el cumplimiento y el sentido colectivista; principios que se traducen en rasgos culturales distintivos en los árabes.

2.5.1. Evolución y desarrollo del concepto

El término de capital social fue mencionado por primera vez por Bourdieu (1985), quien define el concepto como aquel patrimonio intangible vinculado a una red social que puede ser o no institucionalizada y que por su carácter colectivo, es factor propicio de reconocimiento y factor determinante en la creación de lazos y de valor compartido por las personas. Lo que quiere decir que desde finales de 1970 y durante una década se contemplaba que existía un poder diferente al jerárquico que permitía crear relaciones duraderas entre las personas de una organización o aún en una comunidad étnica inmigrante como es el caso de esta investigación. El capital social podría entenderse entonces, de acuerdo lo expuso Bourdieu (1985), como el número de relaciones o interacciones sociales en las que participa y dispone una persona o un grupo desde lo privado o lo público.

A diferencia de otras variables, el capital social suele mantenerse constante a la medida en que la interacción más crece y se reafirma. Sin embargo, como su denominación lo expresa, el capital como tal, genera un costo en tiempo, dinero e información compartida, pero a su vez en interrelación colectiva traducida en eficaces y eficientes actividades grupales y toma de

decisiones incluyentes. Representa una forma de identificar características presentes en los individuos que conforman el tejido social (Stanek, 2008).

Esta variable ofrece al emprendedor una manera o modelo de enfrentar a la organización y de crear nuevos vínculos, reconocimientos y experiencias para ella. En esta intersección este agente también encuentra y asocia los comportamientos de la organización al entorno que lo influye (*stakeholders*) teniendo así acceso a información y capital de tipo simbólico que puede agilizar las interrelaciones con base en la confianza, las normas y el saber colectivo, apuntando así al desarrollo y la competitividad de la organización (Contreras, López y Molina, 2011).

Desde la fenomenología, la asociatividad y las redes hacen parte de la subjetividad implícita en el imaginario colectivo, asimismo códigos comunes por el grupo de agentes, que comparten un sitio y tiempo particular. Estas asociaciones se realizan de manera espontánea, generan vinculación e identidad y participaciones conjuntas previamente aprobadas por los interlocutores. Desde la postura postmoderna, Habermas citado en Aguirre y Pinto (2006) expone el concepto de *mundo de la vida* inmerso en la teoría de acción comunicativa; donde la cualidad asociativa se cimienta sobre el marco de relaciones internas y experiencias de co-participación en la comunicación de sus interlocutores, con los que se acuerdan intenciones de validez de forma dialéctica y reflexiva, de la comunión en la comunicación en doble vía y horizontal, igualitario y de libre hecho, de tal manera que se orienta la comprensión reflexiva entre los actores.

Por su parte, Coleman (1988) expresa que el capital social aglutina aquellos factores de éxito que los miembros de la estructura de la sociedad cuentan para el logro de sus objetivos, esta representa su función esencial en las comunidades vinculadas al concepto. Coleman (1988) propuso tres formas de capital social: nivel de confianza (evidenciado en los compromisos y aspiraciones), canales de comunicación y los reglamentos que promueven el bien común sobre el

particular. Esta apreciación, así como Hanifan, enfatiza que el valor de las relaciones sociales y la calidad en estas relaciones, incluyendo los canales, promueven el bien común (Ehlen, Van der Klink y Boshuizen, 2015), es decir, que el valor que le da el capital social a la organización, señala una capacidad de afianzamiento con los colaboradores de la organización donde se crean lazos fuertes y entornos creativos para la ejecución y el cumplimiento de actividades cotidianas que generan ideas creativas en ellos.

El capital social como la incorporación de bases éticas, principios y valores, permite superar o afrontar situaciones de discrepancia entre personas de determinada comunidad. Este principio lo complementa Etkin (2007) haciendo referencia a la integración y colectividad que el capital social implica, especialmente con la re-construcción y apropiación del sistema de principios, valores y patrones de convivencia que se conservan en la estructura social, sobresaliendo en esa, la contribución pertinente y relevante para las comunidades y grupos vinculados.

Hanifan destaca el valor simbólico que representa para las personas el capital social y cómo colectivamente dichos elementos permiten su vinculación y afinidades con otros, así como este se expresa en la familia, en la unidad social, en la empatía y en las relaciones sociales. De tal modo, que la definición tiene que ver con la capacidad que tiene cada organización para contribuir a que su componente humano incorpore esfuerzos para alcanzar los objetivos organizacionales, beneficios para todos y la creación de vínculos de colaboración interna (Ehlen, Van der Klink y Boshuizen, 2015).

Contreras, López y Ríos (2011), destacan la diferencia que se genera en las relaciones sociales o laborales a partir de la solidaridad, la confianza y la capacidad de colaboración que el capital social puede determinar, igualmente resaltan su incidencia en la jerarquía y en la autoridad en los diferentes niveles de organización.

Es por esto, por lo que en condiciones restrictivas, los valores deben tener un rol imprescindible con relación a la guía y direccionamiento de las acciones de las personas. En lo que compete al capital social interno, clarifica las responsabilidades, la calidad y el impacto de este en la organización, además que permite al jefe tener la confianza en la ejecución efectiva de las actividades necesarias y no en una ajustada y rígida delegación de tareas que provocan subordinaciones.

La connotación de capital social tuvo inicios con los postulados de Hanifan y Jacobs quienes manifestaban un conjunto de elementos de carácter intangible que poseen gran relevancia en los seres humanos. No obstante, los primeros esfuerzos por establecer un fundamento teórico referente al capital social emergen cerca de la década de los 70. Loury y Granovetter, agregan al paradigma, la relación directa con el principio económico, dado el impacto de las relaciones sociales en las empresas, la generación de capital humano y en especial, la generación de un factor de alto interés en las transacciones comerciales: la confianza (Saiz y Rangel, 2008).

Las diferentes acepciones del capital social propuestas hasta Granovetter (1985) allanaron el terreno para la incubación del pensamiento de Bourdieu (2000) quien adopta un enfoque mayoritariamente socio-antropológico que hace énfasis en la relación de vínculos permanentes entre comunidades y su relación con un conglomerado de actores y participantes que cuentan con propiedades similares. Granovetter (1985) manifiesta que el capital, independientemente de su modalidad, es equivalente al poder y su distribución moldea la estructura de la sociedad, aspectos conceptuales contemporáneos al pensamiento de Bourdieu. Por su parte, Coleman (1990) adopta un enfoque desde el pensamiento sociológico influenciado por un énfasis estructural, dado que su unidad de observación se contemplaba en el plano colectivo en lugar de puntualizar en escenarios individuales. Su argumento principal estuvo orientado hacia las formas manifiestas

del capital social como son las obligaciones, las normas y las relaciones de confianza, además de las modalidades de los vínculos sociales, que pueden ser de forma vertical en donde los actores poseen niveles de poder heterogéneos o por el contrario horizontales en el cual los actores poseen características homogéneas (Urteaga, 2013).

El énfasis desarrollado por Putnam (1995) constituye el mayor acercamiento a la combinación entre la noción de capital social y la gestión de organizaciones, dada la acepción de existencia de una serie de factores intangibles que presentes en una comunidad, propician la facilidad de coordinación y cooperación para la generación de beneficios de forma mutua entre los participantes. El enfoque de Putnam concibe como actor, al ciudadano y al contexto de observación de la sociedad, de igual forma la sustentación del postulado de Putnam en capital social se complementa en las teorías del compromiso cívico y asociativo de autores como Tocqueville, Almond y Verba, y el familismo amoral de Banfield (Urteaga, 2013).

A partir de las diferentes perspectivas teóricas y conceptuales analizadas, esta investigación analiza el capital social de la comunidad palestina, siria y libanesa, encontrando un tejido social estructurado que a través de su etnia, creencias y cultura crean un entorno afectivo que conduce a las relaciones a un estado pacífico en donde la interacción se basa en el compartir ciertos rasgos de la cultura en los cuales se entienden a la perfección, rigiéndose a partir de ellos e implementándolos en su quehacer diario en la organización.

Por su parte, los códigos de conducta, los valores y la religión complementan la armonía de las relaciones personales y laborales por la que se rigen sus organizaciones, y así mismo fortalece la comunicación eficaz que hace que la información sea comprendida por todos los miembros de la comunidad que la conforman. El concepto de capital social está vinculado a un entorno constructivista, donde pesan los factores de la subjetividad como el compromiso con la

organización, un sistema de reglas y normas de exclusión e inclusión llamadas a buscar la supervivencia y bienestar organizacional. En el apartado de discusión se expone además las vertientes teóricas principales halladas luego del análisis de los resultados, donde a pesar de los diferentes enfoques de sus principales exponentes, Bourdieu, Putnam y Coleman, existen rasgos distintivos de cada autor en las organizaciones árabes.

A manera de síntesis a continuación, la figura 10 presenta un resumen de los principales referentes en la construcción del concepto de capital social investigados en la construcción teórica de esta dimensión en la investigación.

Figura 10. Principales exponentes del capital social



Fuente: Elaboración propia a partir de Saiz y Rangel (2008) y Urteaga (2013)

Compromiso cívico y asociativo

La categoría de análisis del capital social en lo que respecta al compromiso cívico y asociativo del ser humano, se materializa en primera instancia, en el paradigma del compromiso cívico donde existe un interés por parte de los ciudadanos en relación a los aspectos del ámbito público, donde se expone el manifiesto que el ciudadano es un ser motivado y predispuesto a la confianza y solidaridad hacia la gestión del sector oficial, de igual forma, el enfoque del compromiso cívico propuesto por Putnam, tiene como fuente de inspiración a la teoría de Almond y Verba denominada cultura cívica (Urteaga, 2013).

La noción del compromiso cívico, de acuerdo a Millán y Gordon (2004) está íntimamente ligado con el desempeño institucional. Ello se soporta en el desempeño de las diferentes instituciones sociales que conforman la estructura de la sociedad, se relacionan con las características de la vida cívica y la capacidad de cooperación para el logro de los intereses colectivos, es aquí donde el compromiso cívico implica el matiz de la asociatividad, manifestado en las democracias locales y en las asociaciones civil. La importancia de la asociatividad está dada en que es de las asociaciones de donde emergen los lineamientos de reciprocidad que hacen las veces de facilitadores para que la sociedad pueda funcionar (Plascencia, 2005).

Familismo amoral

El principal referente teórico del familismo amoral se orienta al italiano Banfield quien mediante un enfoque mayoritariamente culturalista alude a que los individuos de una cultura solo promoverán los intereses colectivos, si y solo si, existe un beneficio propio. De igual forma, las reacciones o actitudes ante determinados contextos está sustentado en vivencias anteriores, es entonces donde se ubican a los valores como los condicionantes de las acciones sociales (Franco, 2001; Urteaga, 2013).

De acuerdo con lo propuesto por Franco (2001) el familismo amoral se clasifica como una cultura deficiente en valores comunitarios, pero que promueven los vínculos de la familia como institución social. No obstante, esta tipología allana el terreno para potenciales casos de corrupción y favorece las normas del universalismo y el mérito.

2.5.2. Capital social en el contexto organizacional

El capital social hace referencia a la capacidad de sociabilidad de un conjunto de individuos, y la modalidad en la cual determinados aspectos coadyuvan a la cooperación y a las oportunidades de beneficio colectivo derivadas de las relaciones sociales (Díaz-Albertini, 2001). En este orden de

ideas la connotación del concepto de capital social con relación al contexto de las organizaciones se orienta hacia el enfoque donde las personas como miembros de una organización constituyen una competencia distintiva que se ubica como un valioso recurso que forma parte del balance de los activos intangibles y moldea la ventaja competitiva de la empresa (Román, Gómez y Smida, 2013).

Han sido múltiples los estudios que fortalecen la idea que manifiesta que la cohesión y la relación social son un factor relevante para la sociedad en el proceso de prosperidad económica y desarrollo sostenible (Fornoni y Foutel, 2004). Al interior de los escenarios organizacionales ocurre un principio homólogo, dada la posibilidad que otorga el capital social de acceder a la información y al conocimiento, ello con la finalidad de asumir el rol proactivo que propicie la oportuna toma de decisiones colectivas, la coordinación de manera efectiva de las actividades organizacionales y la optimización de costos transaccionales (Carpenter, Li y Jiang, 2012).

Las organizaciones emprenden sus modelos de gestión a partir de experiencias precedentes que modelan las diferentes estrategias destinadas a la generación de valor. En este sentido puede afirmarse la idea donde el capital social fruto de las relaciones organizacionales coadyuva a la estrategia corporativa.

Existen múltiples estudios respecto a la incidencia y a la relación entre el emprendimiento y el capital social en las organizaciones. A continuación la tabla 7 expone en síntesis el énfasis dado por los distintos autores.

Tabla 7. Incidencia del emprendimiento corporativo en el capital social

AUTOR	DEFINICIÓN	
Kuratko et al. (2005)	El emprendimiento corporativo incide en el capital social dado que...	Favorece las interacciones entre el nivel táctico y operativo para la generación de iniciativas emprendedoras.
Hayton y Kelley (2006)		Fomenta el vínculo social entre individuos y unidades para el acceso e integración de diversas fuentes de conocimiento.
Morris et al. (2008)		Propicia la comunicación entre la cúpula estratégica y el nivel táctico para la gestión de recursos en el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

Simsek y Heavy (2011)		Favorece la relación entre empresas, esta relación facilita el intercambio de información útil para la coordinación y asociación en pro de la toma de decisiones colectivas que propicien el mutuo beneficio.
----------------------------------	--	---

Fuente: Adaptado de Delgado, B., Delgado, L. y Hurtado (2013)

Teniendo en cuenta la influencia del emprendimiento de las empresas en el capital social, se aprecia el común denominador de las relaciones e interacciones de las personas en el contexto organizacional como facilitador en la administración de la información, así como la habilidad de emplear el conocimiento para la generación de beneficios.

Desde la teoría de las organizaciones, Gordon (2005) expone que la confianza representa un atributo de gran relevancia, dado que es el principal facilitador de los procesos organizativos y por ende contribuye a los procesos de cooperación, gestión colectiva y a la interrelación entre individuos. Ello de igual forma incide en los aspectos del desempeño y el desarrollo organizacional, dados los diferentes enfoques de las organizaciones. Por su parte, Lane y Bachmann (2000) expresan que la confianza representa un elemento necesario para la prospección de la vulnerabilidad y el control sobre la incertidumbre de los procesos organizacionales, con ello se prevén acciones pertinentes que respondan a las determinadas situaciones derivadas de las variables del entorno. Ello producto de la experiencia y no necesariamente de métodos cuantitativos.

2.5.3. Capital cultural

La arquitectura de la estructura social correlaciona al ser humano y a su interacción con las instituciones que la conforman, como lo son: la familia, la religión, las escuelas, entre otros. Esta continua y necesaria relación, construye una visión particular en los individuos y colectivamente una perspectiva compartida implícita en su capital cultural. Concepto que de acuerdo a Bourdieu (1979) hace referencia a los diferentes atributos adscritos y/o adquiridos por el ser humano a

través de la convivencia social, ubicando como a la principal fuente de capital cultural: la familia. Este capital influye fuertemente en las capacidades humanas, dada la vinculación de las condiciones sociales y el desempeño. Inicialmente el concepto de capital cultural presenta su universo de estudio en el ámbito educativo, específicamente en la correlación del rendimiento estudiantil con sus condiciones de vida.

De acuerdo con Jiménez (1997) el espacio social articula dos vertientes: el capital económico como medio de gestión y construcción de la estructura de la sociedad y el capital cultural expresado como los elementos innatos de los valores y la ética, producto de la educación familiar.

Herrera, Inglehart, Baker y García (2002) expresan que el capital cultural y el desarrollo económico están íntimamente ligados. Esta relación si bien no es de forma directa, se presenta a través de las organizaciones dada la influencia del capital cultural en el recurso humano que forma parte de la estructura organizacional. Bourdieu (1979) agrega que la aptitud de los individuos más allá de la formación y calificación, producto de las inversiones económicas en el estudio, también es producto de la inversión en tiempo y en capital cultural.

Estados del capital cultural

Bourdieu (1979) expone que la expresión del capital cultural puede darse en tres diferentes estados. En primera instancia, el estado incorporado hace relación a las propiedades innatas del ser humano. Esta serie de atributos emergen de las vivencias y experiencias de los individuos a través del tiempo, y puede o no adquirirse del patrimonio hereditario en el legado familiar. El estado objetivado del capital cultural representa la materialización de ideas en bienes tangibles como libros, pinturas, monumentos, esculturas, entre otros. Esta apropiación de los bienes culturales presenta una partida doble, dada la traducción en capital económico representado por

el valor oneroso de los artefactos culturales y el capital simbólico, supeditado al capital cultural inmerso y al criterio subjetivo del individuo. Finalmente, en el estado institucionalizado el capital cultural trasciende a títulos que equivalen a estatus institucionales. Este reconocimiento confiere a sus titulares la capacidad de establecer la tasa de convertibilidad entre capital económico y capital cultural.

2.5.4. Capital simbólico

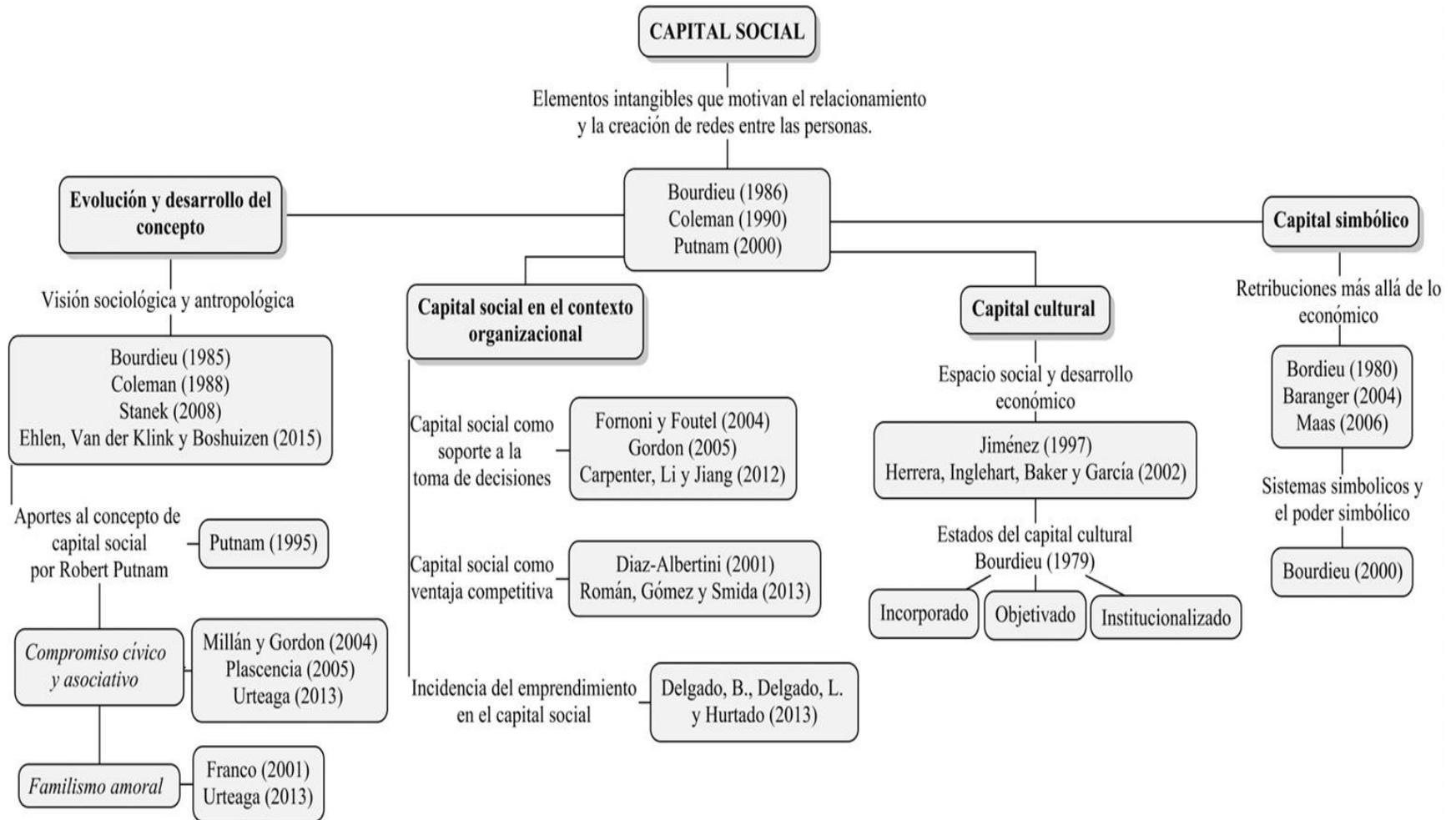
El capital en su propio sentido a través de diferentes estudios, se ha contemplado desde diferentes perspectivas y mediante diferentes caracteres. Bourdieu (1980) propone concepciones como el capital económico, cultural o social; desde el concepto tradicional del honor, relacionado con los atributos de la gloria, el crédito, la reputación y la notoriedad. Así se desarrolla la noción del capital simbólico, este tipo de capital se relaciona en su mayoría con la necesidad de *amor propio* (Baranger, 2004). No obstante, el capital simbólico en su estricto sentido no se relaciona únicamente con el ego, de acuerdo con Maas (2006) este tipo de capital se orienta también hacia las ganancias y hacia los bienes de tipo simbólico, es decir, hacia aquello que no se consigue directamente con dinero.

La significancia de lo simbólico en lo social, en múltiples ocasiones supera lo económico, es decir, el capital simbólico presenta una fuerte correlación con los demás aspectos del capital. Bourdieu (2000) menciona que independientemente de su modalidad, el capital representa poder, por lo que el poder simbólico puede ser representado como la fuerza invisible que solo puede ejercerse y aplicarse con el conocimiento.

El capital simbólico también forma parte de una serie de sistemas simbólicos que de acuerdo a Bourdieu (2000) se constituyen como universos simbólicos que actúan y funcionan como instrumentos de conocimiento y de construcción de la arquitectura de la realidad física. El arte, la

religión, el lenguaje y la ciencia hacen parte del capital simbólico. Esta serie de sistemas, derivan de la propia naturaleza de la cultura de los seres humanos y es determinante de las ideas, comportamientos o conocimientos que se derivan del poder simbólico de la estructura de los sistemas. Esta óptica del poder simbólico, genera la capacidad de modelar y constituir lo dado en la facultad de ver, hacer, creer, confirmar o transformar la visión del mundo (ver figura 11).

Figura 11. El concepto de capital social



Fuente: Elaboración propia

3. MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico se ubica como la estructura coherente y sistemática de las diferentes herramientas y estrategias que responden a la modalidad que ha seguido el curso en la investigación. La tesis propuesta es realizada con los principios de la investigación cualitativa, el cual se apoya con la aplicación de los métodos: fenomenológico y estudio de caso. Estos métodos permiten realizar un análisis estructural de los casos participantes, con el fin de caracterizar sus rasgos más sobresalientes respecto a las categorías de análisis como son, el emprendimiento, la cultura y el capital social. Como instrumentos que permiten la recopilación de información han sido integradas como fuentes de información primarias, los datos recuperados de las entrevistas semi-estructuradas, además de la permanente revisión documental de libros, artículos científicos y bases de datos.

El problema de la investigación se plantea por medio de la pregunta orientadora principal y se opera a través de los siguientes interrogantes:

Pregunta de investigación

¿De qué manera los rasgos asociados al capital social y a una cultura de origen sirio-libanesa se hacen evidentes en los procesos de emprendimiento en las PYMES del sector comercial en la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, Colombia?

Operacionalización del problema

- ¿Qué rasgos del emprendimiento se encuentran presentes en las PYMES del sector comercial de Barranquilla asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa?
- ¿Cuáles son las características del capital social de las PYMES en Barranquilla y los factores influyentes en su desempeño y permanencia?

- ¿Qué propiedades asociadas a la cultura predominan en los líderes emprendedores de las PYMES en Barranquilla?

3.1 Tipo y diseño de la investigación

Los argumentos propuestos por Tamayo y Tamayo (2004) definen el diseño metodológico de la investigación como aquella estructura propuesta en el marco del proceso de investigación que garantiza una configuración metódica coherente y que permita responder al problema de estudio. Además, asegura fiabilidad y validez de los resultados, preservando de esta forma la calidad del nuevo conocimiento que se genera durante el mismo.

Para la investigación se propone un tipo de investigación explicativa que permita conocer en profundidad características del objeto de estudio (Abreu, 2012), para este caso el rol de la cultura y el capital social en el desarrollo del emprendimiento de los árabes en la ciudad de Barranquilla, contemplando los diferentes momentos históricos en el contexto local. De igual forma se determina un enfoque de investigación cualitativo, entendido por Hernández, Fernández y Baptista (2010) como un proceso de recuperación y análisis de datos primarios que evita la práctica matemática, de tal forma que se mejoren un sistema de proposiciones referentes al problema u objeto de estudio e interpreten las características propias que distinguen a la realidad conceptual estudiada.

La definición del enfoque cualitativo en procesos de investigación siguiendo a Packer (2013) implica la pertinencia científica que representa contar con dicha modalidad en la presentación de resultados e información desde el saber hacer y la óptica con la cual se contempla el mundo. Sayago (2014) complementa que el propósito del enfoque cualitativo radica en la búsqueda del sentido a través de contenidos, categorías y cúmulos simbólicos que permitan generar respuestas a través de la interpretación del contexto del objeto de estudio, apoyado en herramientas como el

discurso, el cual permite enriquecer el resultado práctico científicamente y el cual se vincula en gran medida a este enfoque de investigación.

Los instrumentos cualitativos se caracterizan por ser proveedores de datos e información profunda de la realidad estudiada, permitiendo contar con una modalidad de investigación más constructivista que facilita el desglose de características y particularidades de los fenómenos analizados (Packer, 2013). Este enfoque resulta pertinente porque a partir de él se interpretan los indicadores empíricos derivados de las variables de la investigación, propiciando un resultado integral asociado a los factores presentes en la cultura y capital social y su relación con el emprendimiento.

3.2 Métodos de investigación

La investigación de capital social y cultura en el emprendimiento de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla, sustenta su andamiaje metodológico mediante los métodos fenomenológico y de estudio de caso. Estos resultados son pertinentes en la medida que respectivamente permiten identificar características, interpretar subjetividades desde experiencias participantes y analizar un conjunto de variables en contextos específicos, siendo transversal el estudio de su interrelación en hechos concretos y particulares.

La fenomenología de acuerdo con Husserl (1995) opta por la examinación de contenidos en los fenómenos de la realidad física o conceptual por medio de la conciencia, explorando los hechos a través de las experiencias, se trata de un análisis de las dimensiones de la realidad desde el punto de vista de quien la vive (Briones, 1996). En la fenomenología se evitan preceptos tales como el sentido común o las proposiciones teóricas, así mismo el proceso de la fenomenología se sustenta en la intuición y reflexión de tal manera que se eliminen sesgos y preceptos, con la finalidad de examinar los fenómenos tal y como son (San Martín, 2005).

Dowling (2007) expresa que la fenomenología se origina como una metodología aplicada que deriva de una base epistemológica orientada a la determinación de rutas analíticas que permitan contemplar los significados y representaciones de los fenómenos en los diferentes contextos de los saberes universales, desarrollando esta mecánica desde las corrientes psicológica y filosófica, difiriendo de su aplicación en la investigación científica, pero conservando el principio esencial de derogar el juicio empírico con el fin de generar la interpretación desde las experiencias particulares (Gallagher y Sorensen, 2006).

La investigación al contar con un respaldo desde la fenomenología, asimila y apropia el principio que expresa Bevan (2014) al mencionar que un investigador mediante esta, se orienta a la descripción de las experiencias individuales o colectivas desde las vivencias experienciales y no desde el constructo teórico de las categorías de análisis. Ello implica un proceso de contextualización, aprendizaje y aclaración, con la finalidad de contar con la debida ubicación de los momentos y el entendimiento de los aprendizajes en cada una de las experiencias. Converse (2011) complementa afirmando que la perspectiva fenomenológica coadyuva en una investigación, al permitir la comprensión del día a día y sus experiencias particulares, conociendo sustancialmente los significados de los hechos estudiados, destacando que ello requiere un tiempo de inmersión analítica del investigador, generando una interpretación más profunda de los resultados y aportes del estudio realizado.

El método de estudio fenomenológico permite en esta investigación, conocer la descripción y el significado de experiencias análogas vividas por diferentes personas de la comunidad palestina, siria y libanesa, buscando encontrar la lógica en su esencia sin entrar al juicio empírico.

De la misma forma, el método de los estudios de caso ha resultado relevante en los procesos de investigación en ciencias sociales y afines. Puntualmente se ha empleado su uso en la educación, dirección de empresas e investigaciones sobre problemáticas de carácter social (Yin, 1994).

Según Martínez (2006) en los estudios de caso los interrogantes de investigación y las proposiciones teóricas representan el inicio para la recopilación de datos precedentes en los diferentes escenarios que conforman el caso de estudio, esto obedece a que en estas dos vertientes se condensan los diferentes conceptos, dimensiones y variables que conforman la investigación y representan fuentes de información.

Creswell (1998) enuncia que en los estudios de caso se pretende establecer las principales y transversales características del objeto de estudio más que la generalidad de conceptos. Así mismo, también se concibe la transferibilidad entre los casos por analogías particulares, derivado de contextos similares o afinidades culturales.

Este tipo de método recurre a varias fuentes de información: observaciones, entrevistas, material audiovisual, reportes escritos, libros, artefactos culturales. De acuerdo con la estructura de esta investigación, se desarrollará un enfoque cualitativo con el fin de abordar el estudio utilizando técnicas y herramientas que permitirán tener un análisis y enriquecer los resultados de la investigación que se realice (Ruiz, 2012).

En el propuesto estudio de casos, se realiza un análisis individual de las características del capital social y la cultura en el emprendimiento para buscar las tendencias, generalizaciones, similitudes y diferencias de los factores de éxito en su desarrollo organizacional.

La selección de la muestra se hizo de forma dirigida o intencional, empleando dicho procedimiento para la elección de los participantes, dadas las características especiales de la

población a estudiar (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Basado en lo anterior, se contó con una muestra intencional de 30 participantes asociados a organizaciones empresariales de palestinos, sirios y libaneses en Barranquilla, arrojando el siguiente censo: uno (1) de ellos perteneciente a la segunda ola migratoria (1940 – 1969), nueve (9) de ellos de la tercera ola (1970- 1990), dos (2) de ellos de las últimas décadas (1991- 2011), trece (13) de ellos descendientes de árabes y cinco (5) de ellos empleados de organizaciones árabes. Diez (10) de ellos propietarios y empleados de negocios gastronómicos, dieciocho (18) son emprendedores y propietarios de organizaciones, diecisiete (17) personas del género masculino y trece (13) del género femenino. Referente a la base de datos de empresas, esta ha sido obtenida por medio de trabajos previos realizados con la Cámara de Comercio de Barranquilla, Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI) y la Policía Cívica de Barranquilla y la cercanía local en la recolección de datos, para posteriormente analizarse los resultados del trabajo de campo y la realización del informe preliminar, base para el proceso de análisis y recolección de datos requeridos.

Con la realización de entrevistas semi-estructuradas a personas pertenecientes a la comunidad de estudio, se obtuvo información que permitió la identificación de los rasgos del emprendimiento de las empresas palestinas, sirias y libanesas en Barranquilla, así como propiedades de la cultura organizacional adscrita a cada empresa y el capital social de la comunidad de estudio.

3.3 Proposición

Para la investigación capital social y la cultura en el emprendimiento de las PYMES del sector comercial en Barranquilla, un estudio de caso en la comunidad palestina, siria y libanesa, se definió la siguiente proposición de investigación:

- Existen ciertas características del capital social y de la cultura de la comunidad palestina, siria y libanesa que influyen en el emprendimiento de las PYMES en el sector comercial de Barranquilla.

3.4 Variables de investigación

3.4.1 Variables independientes y dependientes

Las variables independientes de esta investigación son la cultura y el capital social, que contienen la esencia de la empresa de la comunidad palestina, siria y libanesa dentro del Caribe colombiano. Por consiguiente, la variable dependiente es el emprendimiento influenciado por la cultura y el capital social de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla, Colombia.

3.4.2 Definición conceptual de variables

Emprendimiento

Schumpeter (1989) ha sido un pionero en la definición del emprendimiento desde el enfoque de habilidades de las personas para el desarrollo de actividades generadoras de variaciones y dinámicas en los escenarios de negocios. En contraposición, el pensamiento de Mises (2007), argumenta la importancia que representaban los rendimientos financieros y económicos que solventaran las dificultades e incrementaran la eficiencia en las transacciones comerciales, distinguiendo como emprendedores a quienes se ajustaran a dicha dirección. En la actualidad las perspectivas de los autores son aceptadas y apropiadas como características distintivas de los emprendedores.

Marulanda, Correa y Mejía (2009) definen el emprendimiento como una característica que permite el desarrollo de sectores económicos a partir de iniciativas de negocios que propicien transformaciones en el mercado generando crecimiento en la región o país.

Cultura

La cultura asociada a una colectividad se define como un sistema de criterios fundamentales que se comparten y aprenden como solución a inconvenientes o limitaciones en la adaptación exógena o con la vinculación endógena de individuos, los cuales cuentan con precedentes fidedignos de éxito para ser considerados válidos, por consiguiente, aprendidos por los nuevos miembros, como la forma apropiada de percibir, pensar y sentir en la colectividad (Schein, 2010). Por su parte Smircich (1983) sugiere dos sentidos para el concepto de cultura, una vista como variable y la otra como una metáfora. Desde la definición como variable, tiene sentido desde lo que la organización es como tal y posee, viéndose desde el punto de vista del entorno (cultura de un país) o desde los elementos propios (cultura desde la organización). Como una metáfora, la cultura se concibe relacionada integralmente con los aspectos antropológicos, aquellos intangibles y de difícil cambio.

Capital social

El capital social puede considerarse de acuerdo con Coleman (1988) como el valor en la estructura social en la medida que los actores sociales se interrelacionan para la consecución de sus intereses y metas. Bourdieu (1985) entiende el capital social desde los resultados que surgen como consecuencia de la interacción de los individuos en la sociedad y Putnam (1995) agrega la necesidad de la confianza, redes y normas necesarias como elementos en la generación y desarrollo del capital social.

3.5 Definición operacional

A continuación, se resumen en la tabla 8 los indicadores empíricos de las variables identificadas para esta investigación.

Tabla 8. Operacionalización de variables

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	VARIABLE INTERMEDIA	INDICADOR EMPIRICO
DEPENDIENTE	Emprendimiento	Iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de financiamiento. • No. de empresas creadas. • Tipo de actividad económica • No. de sucursales abiertas en los últimos cinco años.
		Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de participación en el mercado actual. • Proyección de crecimiento. • Tipo de objetivos fijados (financieros, estratégicos, de calidad, de seguridad de la información). • Tipo de estrategia de competencia. • No. de reuniones semanales en pro de alcanzar metas a corto y mediano plazo. • Reclutamiento del recurso humano.
		Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de compromiso de los empleados para con la organización. • Nivel de resistencia al cambio. • Conjunto de creencia dadas por la organización. • Conjunto de valores dados por la organización. • Nivel de aceptación de valores y creencias dadas por la organización. • Medios utilizados para una comunicación interna y externa efectiva.
		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • No. de nuevos productos y servicios. • Tipo de tecnología utilizada (clave, básica, emergente). • Nuevos procesos de cambio y modelos administrativos adoptados los últimos 5 años.
		Ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el mercado. • Recordación del cliente. • Producto o servicio diferenciador.
INDEPENDIENTE	Cultura	Rasgos culturales palestinos, sirios y libaneses	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de trabajo utilizado. • Monumentos representativos históricos. • Nacionalidad. • Nivel de educación. • Nivel de ingresos de la población.

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	VARIABLE INTERMEDIA	INDICADOR EMPIRICO
		Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de liderazgo presente en la comunidad. • Comportamiento del líder. • Nivel de individualismo en la toma de decisiones. • Nivel de colectivismo en la toma de decisiones. • Resolución de conflictos.
		Automotivación	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de confianza del líder.
		Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua natal. • Sistema de comunicación simbólica. • Idiomas aprendidos para la adaptación.
		Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de asociatividad de los miembros de comunidad. • Modelo de vida seguido. • Factores que afectan la conducta.
		Religión	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de creencia. • Espiritualidad. • Filosofía de vida.
Capital social		Redes	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de formalización en convenios con empresas. • N° de proyectos informales realizados en la organización. • Tipo de conexiones realizadas con el entorno. • No de personas del núcleo familiar trabajando en la empresa. • No de trabajadores locales trabajando en la empresa.
		Normatividad	<ul style="list-style-type: none"> • N° de reuniones realizada para la toma de decisiones. • Nivel de participación de los empleados en la toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia a partir de Urbiola (2004)

3.6 Herramientas y estrategias metodológicas

El diseño metodológico de la investigación presenta un énfasis cualitativo. Por ello, de acuerdo con Ballén, Pulido y Zúñiga (2007), es relevante en la metodología que las técnicas a emplear

guarden coherencia con el enfoque de la investigación. Tales autores afirman que de las técnicas seleccionadas se derivan los instrumentos pertinentes que propician la recopilación de datos. Para la investigación se ha seleccionado la entrevista semi-estructurada como instrumento de evaluación que representa para el desarrollo de la tesis la técnica principal de recogida de información. Martínez (2006) afirma que dicha técnica presenta una gran afinidad con las investigaciones de enfoque cualitativo; el propósito de este tipo de entrevista según Kvale (1996) radica en obtener del interlocutor una serie de descripciones producto de las experiencias vividas, con la finalidad de su interpretación. Para la investigación la herramienta de entrevista representa una opción más constructivista, por cuanto facilita la recuperación de información de primera fuente mediante la remisión a hechos y experiencias que contrastan con la teoría analizada o resultados de otras investigaciones en el estado del arte del conocimiento.

Martínez (2006) argumenta que en el avance de una entrevista semi-estructurada, el diálogo suele tomar un matiz más coloquial, dado que las preguntas son abiertas para indagar los datos que coadyuven a la comprensión de los aspectos particulares del fenómeno objeto de estudio. Además, también con la finalidad que el contexto verbal propicie la emisión de criterios y juicios de valor para aclarar términos o ambigüedades, a la vez que se motiva al interlocutor para evitar en el entrevistado información superflua o carente de veracidad.

Munarriz (1992) agrega que las entrevistas semi-estructuradas se emplean para buscar un análisis en profundidad que facilite una mayor comprensión de los hechos. En esta técnica se planifican preguntas con antelación, pero en la fluidez de la conversación pueden surgir nuevos interrogantes y en este sentido la guía representa el material base para que el entrevistador conozca y aborde las diferentes temáticas relevantes para el diálogo con el entrevistado.

El progreso general de la investigación también se desarrolla y fortalece permanentemente, con la estrategia de revisión documental en fuentes científicas y validas como lo son: libros, artículos científicos, consulta en plataformas de información en línea, entre otras. A manera de resumir las principales herramientas y estrategias metodológicas que integran la investigación, a continuación, la tabla 9 presenta el listado que respalda el proceso investigativo.

Tabla 9. Técnicas e instrumentos de la investigación

Técnica	Observación directa
Instrumentos	Lista de chequeo, notas de campo
Fuente	Primaria
Técnica	Entrevistas semiestructuradas
Instrumentos	Guía (ver anexo 1)
Fuente	Primaria
Técnica	Revisión documental
Instrumentos	Libros, artículos científicos, bases de datos
Fuente	Secundaria

Fuente: Elaboración propia

La construcción de los datos se fundamentó esencialmente en entrevistas semi-estructuradas, cuya orientación metodológica guiaba hacia un diálogo cercano a lo coloquial entre el entrevistador y el participante. Todo ello sin descuidar el debido abordaje de las categorías de análisis, las cuales fueron conocidas por los diferentes entrevistados, dejando entrever en su discurso su conocimiento, experiencias y vivencias respecto a cada una de las temáticas, contrastándose con la teoría consultada y perspectivas de anteriores entrevistados.

3.6.1 Estrategias de sistematización de datos

La metodología de la investigación se sustentó en los fundamentos epistemológicos de la investigación cualitativa, la óptica interpretativa y soportada por la técnica de la entrevista semi-

estructurada. Durante el periodo del trabajo de campo fueron aplicadas un total de 30 entrevistas a actores representativos de la comunidad palestina, siria y libanesa en Barranquilla, Colombia.

Los datos recuperados en el trabajo de campo fueron manejados bajo la herramienta del *software NVivo versión 11.0* para Windows, donde el proyecto se estructuró en recursos, nodos y conjuntos (ver anexo 2) y fueron sometidos al siguiente procedimiento:

Etapas preliminares

- *Tabulación de datos recuperados*, que comprendió la transcripción de audio a texto de cada una de las entrevistas aplicadas a los participantes.
- *Alimentación del banco de recursos internos*, una vez tabulados los datos, se crea la unidad hermenéutica del sistema y los recursos internos que serán analizados.
- *Creación de conjuntos y nodos*, teniendo en cuenta las dimensiones y variables de la investigación, se integran al sistema las variables intermedias como nodos y se agrupan en conjuntos según su variable principal.

Etapas analíticas

- *Codificación manual*, con base a los criterios del investigador se procedió a codificar cada una de las citas y referencias de cada recurso en los diferentes nodos creados.
- *Codificación automática*, teniendo en cuenta los mismos nodos de la investigación, se configura la codificación automática del sistema para todos los recursos internos, en aras de conocer la perspectiva sistematizada a la luz del análisis de los datos.
- *Validación de criterios de codificación*, la herramienta del software NVivo 11.0, permite establecer una comparativa entre los criterios de codificación del investigador y los criterios del sistema, presentando un porcentaje de acuerdo y desacuerdo (ver anexo 5).

- *Consulta de términos*, partiendo de los datos obtenidos en cada entrevista y la documentación de su discurso, se extrajeron las palabras clave como indicador de referencia para conocer los principales vocablos y su frecuencia que fueron empleados por los actores en su discurso.
- *Medidas de codificación*, se efectuó la consulta respecto al énfasis que cada entrevistado o caso otorgó a cada entrevista elaborada, siendo los códigos nodales la base de este proceso analítico.

Este procedimiento de manejo de los datos recuperados permitió establecer el panorama general de los principales resultados del trabajo de campo y constituyen la materia prima para el análisis crítico del investigador y la generación del nuevo conocimiento (ver anexo 3).

3.6.2 Criterios de interpretación

Para establecer un análisis crítico de la información recuperada se hace necesario determinar los criterios bajo los cuales el investigador asume una posición frente a la información que se recopiló, teniendo en cuenta los componentes metodológicos como lo son: el soporte del paradigma cualitativo y la conjunción de los métodos fenomenológico y de estudio de caso. Para analizar la información recuperada en el trabajo de campo se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

- Experiencias y conocimientos de cada uno de los actores.
- Relaciones humanas en el contexto social y empresarial.
- Motivaciones y necesidades asociadas a la migración y su relación con las iniciativas empresariales.
- Filosofía de resarcimiento a la sociedad local que dio acogida a los actores palestinos, sirios y libaneses.
- Orígenes y aprendizajes de la cultura árabe y su relación con la cultura local.

Esta serie de criterios, se acoplan a la operacionalización del problema de investigación y representan el punto de partida con el cual se pretende responder al cumplimiento de los objetivos de investigación. Así mismo se adaptan a una caracterización del contexto de estudio, una interpretación consciente de la realidad y el estudio particular de casos específicos bajo un esquema de interpretación de datos de naturaleza cualitativa que corresponden al marco metodológico de la investigación.

3.7 Proceso metodológico

Para la recolección de información se desarrollaron las siguientes fases metodológicas:

Fase 1. Identificación de los rasgos del emprendimiento

La cual contempló las siguientes actividades:

- *Actividad 1.* Identificación de perfiles representativos de la comunidad palestina, siria y libanesas en Barranquilla, a partir de una base de datos suministrada por Cámara de Comercio de Barranquilla y la Policía Cívica donde se encuentran las empresas que actualmente funcionan bajo esta modalidad en Barranquilla en el sector comercial.
- *Actividad 2.* Diseño de la guía de entrevista, para reconocer los rasgos propios del emprendimiento presente en las unidades de estudio de esta investigación, la influencia de las variables del entorno y contemplación de aspectos específicos como: el género, la tradición, y formación académica a los que se les aplicará el instrumento.
- *Actividad 3.* Aplicación de entrevistas al subgrupo seleccionado de la población de estudio.

Fase 2. Exploración de las características del capital social y los factores influyentes en su desempeño y permanencia

- *Actividad 1.* Organización de la muestra de esta investigación, el instrumento se diseñará a partir de la operacionalización de variables de estudio y se dirigirá a la obtención de

respuestas profundas sobre las características propias de la cultura, elemento derivado del emprendimiento en las empresas palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla.

- *Actividad 2.* Ejecución de las entrevistas semiestructuradas, como espacios de interacción con los líderes palestinos, sirios y libaneses para discusión de temas asociados a su experiencia y el desarrollo de la cultura presente en las empresas donde operan.
- *Actividad 3.* Grabar memorias de las entrevistas.
- *Actividad 4.* Construcción del informe y análisis de resultados sobre las informaciones obtenidas en las entrevistas realizadas a los líderes de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla.

Fase 3. Determinación de las propiedades asociadas a la cultura de los líderes emprendedores

- *Actividad 1.* Triangulación de la información obtenida en la aplicación de los instrumentos, relacionando las variables planteadas en esta investigación.
- *Actividad 2.* Análisis de los factores similares y diferenciadores de la cultura presente en los líderes emprendedores de las empresas seleccionadas y demás factores de éxito, ventajas competitivas y el efecto de la cultura y el capital social en la organización.

Fase 4. Socialización de resultados

- *Actividad 1.* Exposición de aspectos relevantes sobre la información recopilada en el trabajo de campo sobre la influencia del capital social y cultura en el emprendimiento de las PYMES palestinas y sirio-libanesas.
- *Actividad 2.* Realización y publicación de dos artículos científicos, resultados de la investigación en cuestión.

3.8 Población y muestra

El número total de empresas registradas en Cámara de Comercio de Barranquilla a mayo de 2014 es de 19.307, de estas 5.275 pertenecen al sector comercial. La presencia de la comunidad palestina, siria y libanesa es de 143 correspondiente al 3% del total de organizaciones en el sector económico escogido para la investigación.

3.7.1 Unidades de análisis

Las unidades de análisis son un conjunto de realidades observables que participan en el proceso de investigación. Representan el fragmento del universo de estudio de donde se obtienen datos empíricos que permiten contrastar las proposiciones con la realidad, una unidad de análisis puede ser una persona o cosa sobre la que se estudia una o varias características de interés. Para esta investigación se tuvieron en cuenta que los 30 perfiles seleccionados cumplieran la función de fuente de información desde la perspectiva política, social y cultural del objeto de estudio.

Acorde con el enfoque metodológico cualitativo de la investigación, son analizadas las características de la cultura y capital social en el emprendimiento, siendo las unidades de observación las PYMES del sector comercial en la ciudad de Barranquilla, cuyos líderes empresariales están asociados a la comunidad palestina, siria y libanesa por su origen o descendencia árabe. Para el estudio se han tenido en cuenta los perfiles empresariales debidamente constituidos en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de la Ciudad y que cuentan con cierta trayectoria en el sector empresarial de la ciudad.

Los informantes que participaron en la muestra cualitativa, se caracterizan por ser en su mayoría empresarios (integrando en menor proporción algunos trabajadores, con el fin de contar con datos desde la perspectiva del colaborador de la organización), siendo los participantes conocedores y líderes de múltiples organizaciones PYMES aglutinadas en el sector comercial. Los participantes presentan diversidad de edades, se distinguen descendientes de árabes y

algunos inmigrantes, igualmente, los participantes igualmente profesan las religiones principales de la comunidad palestina y sirio-libanesa, siendo musulmanes y cristianos.

3.9 Marco lógico

Tabla 10. Marco lógico

OBJETIVO	INDICADORES VERIFICABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN		SUPOSICIONES IMPORTANTES
Realizar un estudio de caso en la comunidad palestina, siria y libanesa	-No. de PYMES palestinas y sirio-libanesas de Barranquilla, Colombia. Emprendimiento	Entrevistas memorias (videos, grabaciones de voz)		Existen características en la cultura organizacional de las Pymes en Barranquilla que influyen en el emprendimiento de las unidades de negocio presentes en el sector comercial.
Objetivo general				
Analizar las características del proceso de emprendimiento, la cultura y el capital social de las PYMES del sector comercial en la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, Colombia		Características de emprendimiento, factores culturales	Entrevistas	La cultura árabe presenta características propias de su cultura aplicadas al emprendimiento.
Resultados				
Identificación de los rasgos del emprendimiento presentes en las PYMES de la comunidad palestina, siria y libanesa del sector comercial de Barranquilla.		Rasgos de emprendimiento aplicados en PYMES Palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla.	Entrevista emprendimiento en empresas	Difusión de rasgos.
Exploración de las características de la cultura organizacional de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla y los factores influyentes en su desempeño y permanencia		Características de la cultura organizacional aplicados en PYMES Palestinas y sirio-libanesas en barranquilla.	Entrevista cultura en empresas	Análisis de las características y su posible implementación en otras empresas.
Determinación de las propiedades asociadas a la cultura de los líderes emprendedores de las PYMES Palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla		Indicadores de tradición de líderes emprendedores de las PYMES	Registro líderes emprendedores	Grabaciones de las entrevistas.
Actividades				
Depuración base de datos policía cívica de Barranquilla		Registro de las empresas Palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla	Base de datos	Acceso a la información.
Creación de instrumentos de recolección de investigación		Guía de entrevistas	Entrevistas	Revisión del marco teórico.

Aplicación de instrumento de grupos focales	Experiencias y opiniones	Revisión de base de datos	Discriminación para la aplicación del instrumento según variables.
Grabaciones de video	Una cámara de video, manejo de escena	Video cámaras	Disponibilidad de las personas a quienes se les aplican el instrumento.
Registro fotográfico	Un fotógrafo, una cámara fotográfica	Cámara fotográfica, celular	Permisos para registros fotográfico.
.Registro de asistencias	Datos personales	Libro de actas, asistencia	Acuerdo de confidencialidad.

Fuente: Elaboración propia

3.10 Validez y confiabilidad

En la investigación prima el enfoque de la investigación cualitativa cuyo principal cimiento radica en el paradigma interpretativo que de acuerdo a Creswell (1998), propicia al investigador una perspectiva integral de la realidad, apoyado en la exploración de proposiciones teóricas contrastables y en procesos de triangulación de información, contemplando de esta forma un criterio teórico frente a la realidad, así mismo el investigador asume una inmersión ideológica en el contexto de la investigación, de esta forma se genera una relación cercana con el objeto de estudio. En las investigaciones cualitativas los conceptos de validez y confiabilidad presentan un contexto diferente a los enfoques cuantitativos (Cortés, 1997).

En el enfoque cualitativo la validez y confiabilidad representan una perspectiva metodológica fundamentada en la intersubjetividad y el consenso del diálogo en la investigación, siendo la validez la coherencia interna de los resultados y la confiabilidad las diferentes estrategias que facilitan el acuerdo para el desarrollo del trabajo de campo, la recopilación de los datos y su procesamiento para la generación de información (Galeano, 2004). Igualmente, según Cortés (1997) la validez en las investigaciones cualitativas también engloba una adecuada representación y abstracción de las construcciones mentales y posiciones teóricas del

investigador, mientras que la confiabilidad se alcanza con el pertinente uso de técnicas que propicien un análisis crítico de la información. Por ello para el desarrollo de la tesis se contemplan las siguientes estrategias que garantizan la validez y confiabilidad del proceso investigativo:

- La consulta y revisión documental de información secundaria se ejecuta en fuentes académicas y fidedignas tales como lo son: libros, artículos científicos, bases de datos, plataformas de información en línea, entre otras.
- La investigación se realiza con el uso de los métodos: fenomenológico y de estudio de caso que propician respectivamente la caracterización del objeto de estudio desde las experiencias vividas por los actores que participan en el contexto, asumiendo una dimensión de análisis particular con la finalidad de establecer afinidades y diferencias.
- El trabajo de campo donde se realizó la aplicación de los instrumentos será debidamente registrado en grabaciones de audio y se contempla la figura de un observador ajeno a la investigación que validará el trabajo de campo a través de una lista de chequeo.
- El procesamiento de los datos producto del trabajo de campo han sido sometidos a triangulación y contraste que permitan establecer un estudio de las experiencias de los actores, así mismo se emplea el software especializado NVivo versión 11.0 para Windows, con la finalidad de generar una dimensión de análisis sistematizado de los datos.

El proceso de triangulación de los datos recopilados en las entrevistas se realizó mediante las herramientas que propició el software especializado NVivo. Este software permitió el ingreso, agrupamiento y clasificación de los datos con las categorías de análisis determinadas en la operacionalización de variables en la investigación. Además, este procedimiento permitió dar cuenta de cúmulos de ideas, vinculación de conceptos entre casos y consolidado de la

información registrada. Para este proceso se recurrió a la remisión de datos textuales a la unidad hermenéutica del sistema y su lectura para la codificación en los nodos registrados, con ello se registra la afinidad o especialidad que cada entrevistado generó en su entrevista semi-estructurada, aportando de forma diferente a los propósitos generales del estudio.

A partir de la estructura de los casos documentados, la información recopilada de los entrevistados tiende a ser afín, coherente y contrastable con el marco de referencia de la investigación y entre los mismos casos, por lo que a partir de la conceptualización de Galeano (2004), este hecho reafirma que la validez y confiabilidad del instrumento cualitativo ejecutado en la metodología de la investigación.

3.11 Resumen metodológico

Con el fin de sintetizar los diferentes aspectos metodológicos a continuación, se presentan en la tabla 11 los principales aspectos que han comprendido y orientado el desarrollo del proceso de investigación.

Tabla 11. Esquema metodológico general

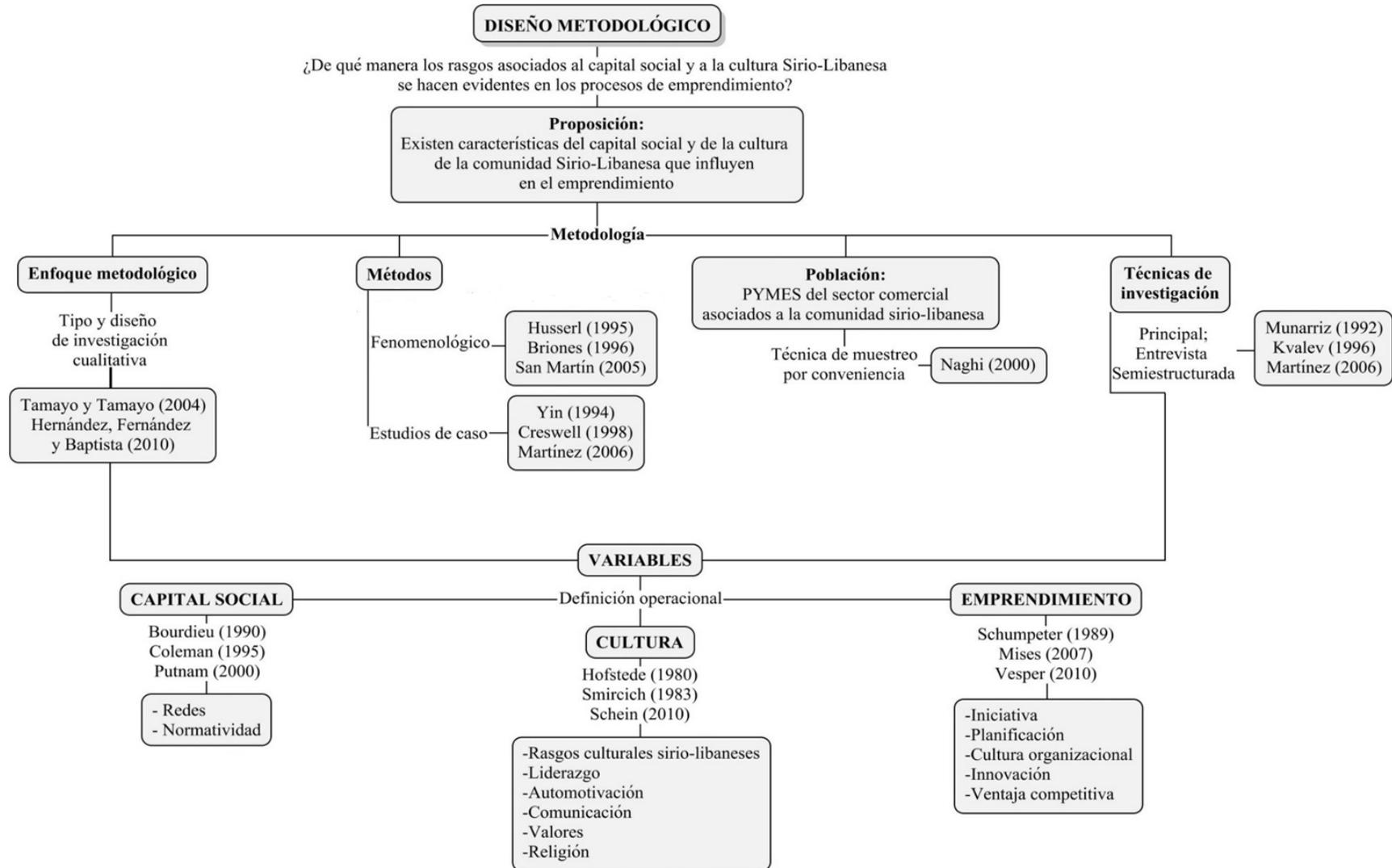
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS INVESTIGATIVOS	PROPOSICIÓN GENERAL	VARIABLES	
			PRINCIPAL	INTERMEDIAS
Pregunta central	Objetivo general	Existen ciertas características del capital social y de la cultura de la comunidad palestina, siria y libanesa que influyen en el emprendimiento de las PYMES en el sector comercial de Barranquilla.	Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Planificación • Cultura organizacional • Innovación • Ventaja competitiva
¿De qué manera los rasgos asociados al capital social y a la cultura árabe se hacen evidentes en los procesos de emprendimiento de las PYMES del sector comercial en esta comunidad?	Analizar las características del proceso de emprendimiento, la cultura y el capital social de las PYMES del sector comercial en la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla			
Preguntas secundarias	Objetivos específicos			

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS INVESTIGATIVOS	PROPOSICIÓN GENERAL	VARIABLES	
			PRINCIPAL	INTERMEDIAS
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué rasgos del emprendimiento se encuentran presentes en las PYMES del sector comercial asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa? • ¿Cuáles son las características del capital social de las PYMES Palestinas y sirio-libanesas y los factores influyentes en su desempeño y permanencia? • ¿Qué propiedades asociadas a la cultura predominan en los líderes emprendedores de las PYMES Palestinas y sirio-libanesas? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los rasgos del emprendimiento presentes en las PYMES Palestinas y sirio-libanesas del sector comercial de Barranquilla • Explorar las características del capital social de las PYMES Palestinas y sirio-libanesas y los factores influyentes en su desempeño y permanencia • Determinar las propiedades asociadas a la cultura y la tradición de los líderes emprendedores de las PYMES Palestinas y sirio-libanesas 		Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Rasgos culturales palestinos, sirios y libaneses • Liderazgo • Automotivación • Comunicación • Valores • Religión
			Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Redes • Normatividad

Fuente: Elaboración propia a partir de Urbiola (2004)

Planteados en el diseño metodológico los diferentes elementos que dan respuesta a la modalidad con la que se ha diseñado la investigación a continuación, se resumen en la figura 12 los principales ítems correspondientes al capítulo del marco metodológico.

Figura 12. Mapa conceptual del marco metodológico



Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO DE CASO

4.1. Contexto de la comunidad palestina y sirio-libanesa en Barranquilla

En el contexto nacional colombiano son diversas las condiciones y factores que influyen en la actividad emprendedora y en la creación de nuevas empresas en los distintos sectores económicos. Esto va de la mano de las motivaciones, formación, tradición y expectativa de las personas, afines a su actividad emprendedora. Aspectos como el apoyo gubernamental, el contexto macroeconómico, el trabajo de redes, la asociatividad, la innovación como estrategia transversal de la organización, los negocios internacionales, la realidad social, política y económica colombiana y el acceso a la educación son algunas de las variables que dibujan el entorno en el cual los emprendedores toman la decisión de generar nuevas iniciativas empresariales.

Haciendo énfasis en la comunidad árabe, representada en Barranquilla, Colombia por los palestinos, libaneses y sirios; el comercio ha sido destacado como la actividad principal en las dos primeras migraciones realizadas a Colombia, la primera en 1880 y la segunda luego de la I Guerra mundial, entre 1920 y 1930. Entre las primeras familias que desembarcaron en la costa colombiana a finales del siglo XIX y principios del siglo XX estaban las familias Meluk y Rumié, quienes inicialmente se establecieron en la costa norte del país, principal centro del comercio y de negocios en aquella época, para luego probar en otras ciudades del interior del país como Bucaramanga, Pasto y Buenaventura, dada las oportunidades que ofrecía cada región (Fawcett, 1991).

Es destacable que los principales asentamientos tras la diáspora migratoria árabe, han sido en gran proporción en la costa caribe, según Behaine et al. (2011), los municipios colombianos que mayor número de miembros de la comunidad concentran son: San Andrés y Providencia, Honda,

Lorica, Barranquilla, Cali, Pasto, Ocaña, Cereté, Cartagena, Girardot, Maicao, Buenaventura y Bogotá; siendo Barranquilla el principal puerto de entrada de los inmigrantes, también haciendo presencia en el Chocó y Sinú. Astudillo (2008) menciona que una de las motivaciones de los nuevos inmigrantes, se orientó a la búsqueda de oro y al aprovechamiento de las riveras de la riqueza hidrográfica de los territorios, así como las condiciones climáticas favorables que representaba este hecho. Siendo Barranquilla un epicentro para las actividades de gran número de palestinos, sirios y libaneses, con el tiempo su actividad e impacto en los hitos históricos ha sido visible. De acuerdo con Sierra (2014) grandes líderes del empresariado en la ciudad y en la región caribe se asocian a la comunidad árabe en su línea genealógica, sobresaliendo hoy en los sectores de industria, comercio, turismo y financiero; igualmente que en el campo de la medicina y de la política pública.

Sierra (2014) expresa que, en la ciudad de Barranquilla, grandes cadenas y emporios de negocio asociados a las familias: Zurek, Yidi, Char, Azout, Tarud o Fadul, han sido construidos fundamentalmente en el trabajo asociativo, arduo y con sentido social, capacidades que se fortalecen con hechos aprendidos desde la experiencia y la cultura, como la adaptación, las redes de trabajo y el capital social. Esta serie de hechos permiten retratar que el aporte de la comunidad árabe al desarrollo del territorio del Atlántico ha sido desde diferentes ángulos y su cultura adaptativa se posiciona como una de las principales distinciones que aportan a una práctica más racional y eficiente. En este orden de ideas, el caso de la comunidad árabe ha sido escogido en el proceso de investigación, debido a que ha sido la comunidad más numerosa luego de la española en establecerse en tierra colombiana e históricamente activa en materia emprendedora. Por ello se busca hacer una mirada histórica a este grupo poblacional y cómo su cultura ha influenciado en sus negocios, reflejado en la actitud emprendedora, su capacidad de adaptación a la cultura

local, sin desprenderse de los patrones aprendidos, su permanencia y aporte a la historia de una región.

4.2. Análisis cualitativo de datos

A continuación, se presentan los resultados y hallazgos derivados del trabajo de campo aplicado en la investigación. En primera instancia y a manera de retratar el escenario que envuelve el diálogo sostenido con cada uno de los actores en los diferentes casos de estudio, se da inicio con la presentación de los términos más frecuentes empleados por los actores en cada una de las entrevistas que tuvieron a lugar, con la finalidad de conocer las palabras clave en el discurso de los entrevistados.

Es importante aclarar que según Heinemann (2003) la frecuencia de ideas en un análisis de discurso es un referente útil por cuanto ayuda a conocer motivaciones, puntos de vista y convicciones de los interlocutores. Sin embargo, este elemento se ubica más como un apoyo para conocer el desarrollo de las ideas expresadas en las entrevistas, esto se debe a que la recurrencia continua de términos a lo largo de las conversaciones, puede obedecer a motivos que no son deducibles desde el discurso, por ejemplo, un escaso acervo o que la entrevista no se realiza en el idioma nativo del entrevistado. Aclarado el principio de interpretación de este resultado, la figura 13 presenta las ideas principales resultantes de las 30 entrevistas aplicadas.

Figura 13. Ideas y temas clave en las entrevistas realizadas



Fuente: elaboración propia a partir del software NVivo

Conocidos los ejes temáticos presentes en el discurso de los 30 entrevistados, los cuales se presentan en forma de nube de palabras, donde el mayor tamaño representa los temas más frecuentes en el discurso de los entrevistados. A partir de este principio, se verifica que, en el diálogo sostenido con los diferentes actores, permaneció en disertación la cultura árabe y sus diferentes elementos relacionados como: la familia, la religión y su relación con la dimensión geográfica. Entonces, la cultura ubicada como variable de investigación ha sido analizada en el trabajo de campo y debatida desde la experiencia de los actores entrevistados, en sintonía con los demás aspectos de investigación referentes al emprendimiento y al capital social.

Ante este panorama se afirma que, en los 30 casos de estudio asociados a la investigación, se contextualiza y afronta la temática cultural en los árabes, igualmente queda entendida la cultura desde el sistema familiar y, como esta institución social está vinculada con características propias y particulares como: el trabajo, la familia, los negocios, las costumbres o la religión; aspectos identificados desde las ideas temáticas expresadas por los participantes.

4.2.1. Variables de investigación con relación a los casos de estudio

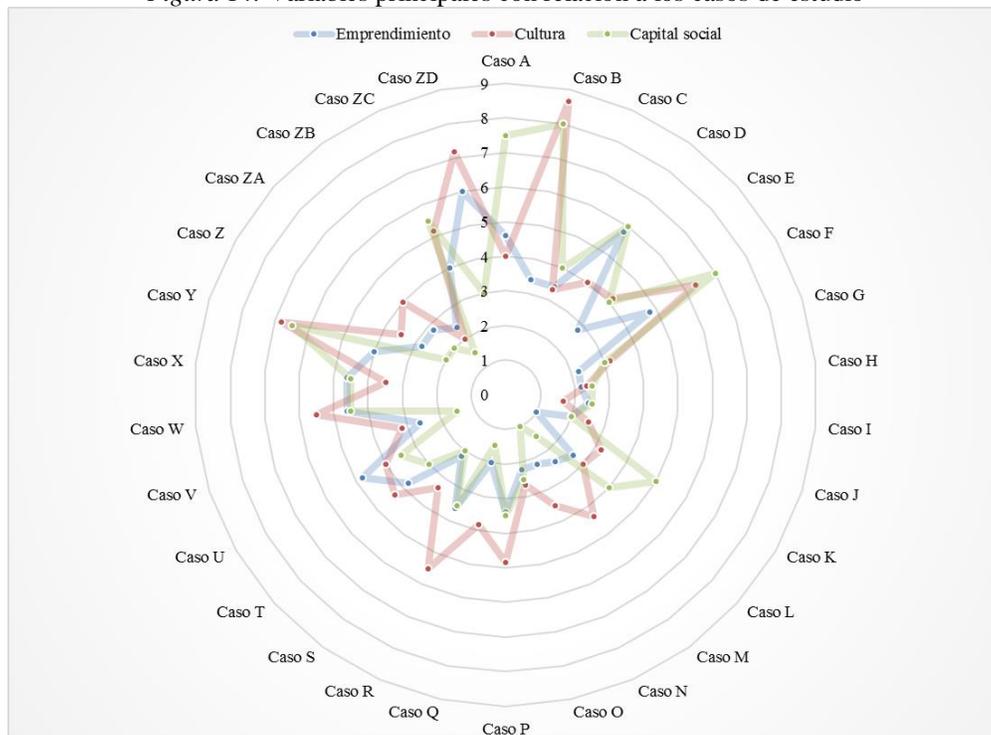
La investigación comprendió un total de 30 participantes, representados en la investigación como 30 estudios de caso en la comunidad árabe, representada en Barranquilla por palestinos, sirios y libaneses, vinculado cada uno de estos casos a diferentes organizaciones dirigidas por miembros o descendientes de la comunidad de estudio. Dado que en la investigación se han abordado tres (3) variables principales y estas a su vez se ramifican en un total de 13 variables intermedias, la migración de estas categorías de análisis al sistema NVivo 11.0 para su procesamiento, exige un cambio en su denominación, donde nombran como conjuntos y nodos respectivamente.

Con la finalidad de establecer una radiografía general de la investigación, se propone la presentación de conjuntos y nodos por caso de estudio, para ello se realizó el siguiente proceso:

- a) Por cada caso de estudio analizado, se generó una unidad que contiene la transcripción de las entrevistas semi-estructuradas realizadas a cada actor participante.
- b) A medida que se efectúa la lectura de cada discurso, las ideas expresadas por los interlocutores se agrupan en los nodos (variables intermedias) programadas en el sistema, esto se realiza según el juicio del investigador gracias a las definiciones conceptuales de cada nodo.
- c) Tras la codificación de los 30 casos, se descarga la totalidad de los nodos por caso analizado y su relación por cada conjunto (variable principal).
- d) Al contar con la matriz que relaciona cada caso con el número de veces que contiene a cada nodo, se realiza la gráfica de radar que permite identificar como las variables fueron trabajadas en cada caso.

Mediante este proceso es posible identificar la modalidad por la cual han sido trabajadas las variables de estudio en el trabajo de campo, así como su codificación en cada uno de los casos analizados. Así pues nos permite conocer el énfasis o la apropiación temática que cada actor ha proporcionado en el desarrollo de cada entrevista. De esta forma, se cuenta con un referente que permite conocer e inferir la afinidad conceptual y la diversidad temática que enriquece la plataforma de información primaria que sustenta la investigación, al contar con el criterio de actores que presentan mayor o menor dominio y experiencia con cada una de las variables analizadas; conocida la forma en la que serán presentados los resultados de la investigación a continuación, en la figura 14 se presenta de forma general la codificación de conjuntos (variables principales) en los 30 casos de estudio de la investigación y su vínculo con cada una de estas.

Figura 14. Variables principales con relación a los casos de estudio



Fuente: elaboración propia a partir del software NVivo

A partir de esta información, se evidencia que en todos los casos de estudio han sido trabajadas las variables principales que constituyen el objeto de estudio de la investigación, soportando el argumento que en cada entrevista realizada se abordaron y deliberaron los ejes temáticos y las ideas que constituyen la esencia del estudio. Dada la diversidad de orígenes, generaciones, campo de acción y experiencia de cada uno de los actores entrevistados, individualmente han realizado un especial énfasis a las temáticas que enmarcan el estudio desarrollado, pero enriqueciendo la información primaria recuperada y la base de los argumentos de investigación.

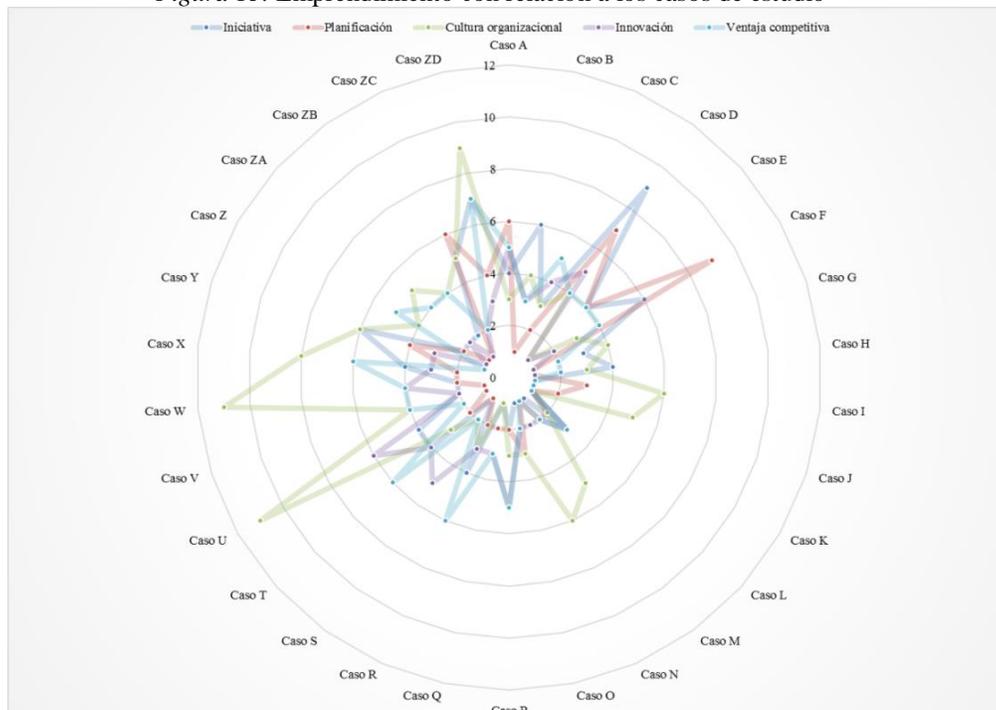
Verificando la codificación de cada variable principal por caso de estudio, se destaca la dinámica que los entrevistados han dado a las características analizadas por cada conjunto, ubicándose la cultura como la dimensión mayormente discutida en cada caso al contar con

respuestas más comunes de los nodos en comparación con el emprendimiento y el capital social, no obstante, conceptualmente esta referencia permite establecer que la cultura representa un elemento transversal en la comunidad árabe, esta y sus diferentes elementos se expresan en las experiencias que los entrevistados relatan o versan en situaciones particulares durante las disertaciones realizadas, hechos que permiten identificar la relevancia que la cultura representa para el árabe, pudiéndose presentar esta en hechos como la integración y/o aculturación en la comunidad local o direccionar estratégicamente los resultados de las actividades económicas emprendidas para garantizar la supervivencia. A partir de esta información se determina que el rasgo cultural representa un elemento clave para los árabes y que amerita su debate científico para definir y sobresalir el aporte que la comunidad internacional ha presentado en el desarrollo de territorios como la ciudad de Barranquilla, Colombia que ha sido centro de acopio de inmigrantes árabes y baluarte de múltiples actividades en el mundo de los negocios.

Conocer la forma en la que se vinculan los casos participantes de la investigación y las variables principales de estudio facilitan la interpretación de manejo de discurso, énfasis temático y experiencia de los informantes, que dada su diversidad de origen, generación de descendencia o relación con los negocios de árabes, contribuyen a la variación de cada caso respecto al otro, enriqueciendo de esta forma la base de información primaria del estudio. Igualmente, se hace necesario la profundización en los ejes.

En este orden de ideas, se presentan a continuación, el análisis particular por variables intermedias en aras de conocer el panorama de cada dimensión al interior de cada uno de los casos de estudio. Se inicia con la variable del emprendimiento cuya radiografía de codificación se presenta en la figura 15.

Figura 15. Emprendimiento con relación a los casos de estudio



Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

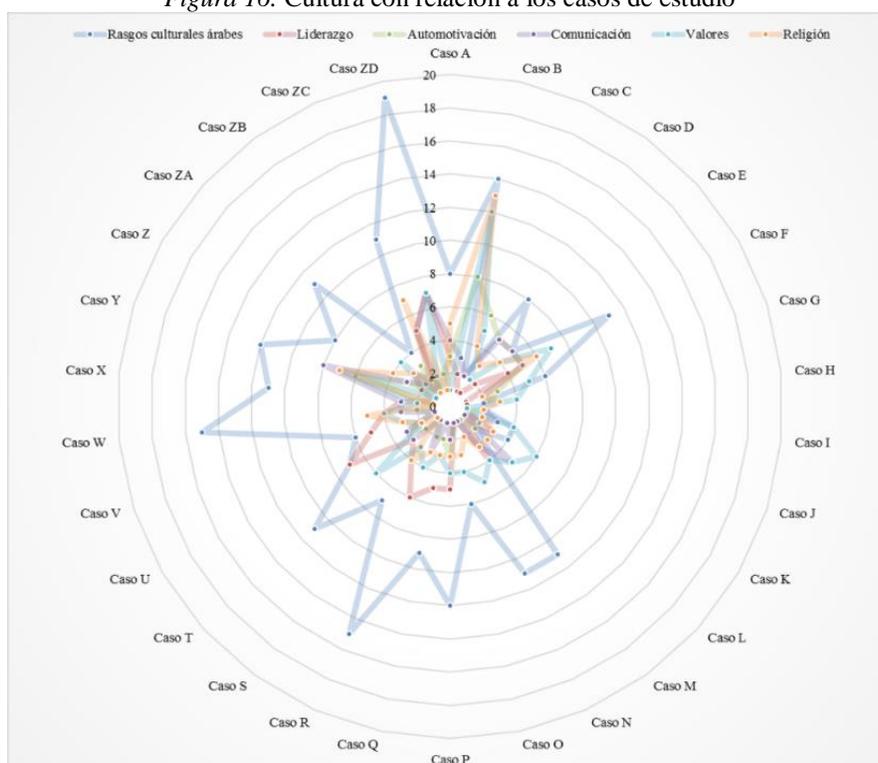
Ante el escenario del emprendimiento puede afirmarse que cada actor matizó los diferentes aspectos del emprendimiento, evidenciados en la figura 15 como las variables intermedias a saber: iniciativa, planificación, cultura organizacional, innovación y ventaja competitiva. A partir de ello, se infiere que el emprendimiento es una temática conocida, pertinente y adaptada por estos miembros de la comunidad palestina, siria y libanesa.

Ahora, al interior de las variables intermedias evaluadas, se logra apreciar como la cultura organizacional se ubica como la variable de mayor valor en el radar de codificación, representando esta situación, la constante respuesta de los entrevistados referente a las culturas e ideologías propias de sus organizaciones asociadas, sin desconocer que las demás categorías analizadas del emprendimiento han sido discutidas igual de forma pertinente, pero dada la diversidad de experiencias, generaciones, formación y conocimientos de los entrevistados, ha generado énfasis por cada caso de estudio, pero conservando la constante que al interior de todo

emprendimiento y la gestión de organizaciones, se hace necesaria de la debida planificación que permita liderar procesos de cambio e innovación para el logro de competencias distintivas que se traduzcan en ventajas competitivas, elementos que todo emprendedor requiere enfrentar a través de la iniciativa por la cual se enfrente a los retos que el mundo empresarial enfrenta.

Continuando la línea de conocer la relación de la codificación frente a los casos de estudio, se prosigue con las variables intermedias asociadas con la cultura, se presenta en la figura 16.

Figura 16. Cultura con relación a los casos de estudio



Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Al verificar los componentes de la variable cultura, sobresale igualmente diversidad en la presencia (codificación) de las variables intermedias en los diferentes recursos de cada caso, destacando en especial la dimensión que integra los rasgos culturales árabes, esto obedece al hecho que representan la característica distintiva de la comunidad objeto de estudio y la cual representa un elemento determinante en el factor cultural, de la misma forma que es relevante al interior de los procesos de emprendimiento y su relación con el capital social.

Referente a las demás dimensiones de la cultura, igualmente fueron conversadas con los interlocutores, cada uno abordando y trabajando sus respuestas conceptuales desde sus experiencias propias, formas de trabajo, estilos de dirección o filosofías de gestión organizativa, elementos que se posicionan como determinantes e influyentes en el liderazgo, automotivación o la comunicación del árabe frente a sus colaboradores y a su organización, en cuanto a esta última dinámica que a la par se vincula con la cultura organizacional que identifica a la organización. Por otra parte, referente a los valores y la religión como parte esencial del ser humano.

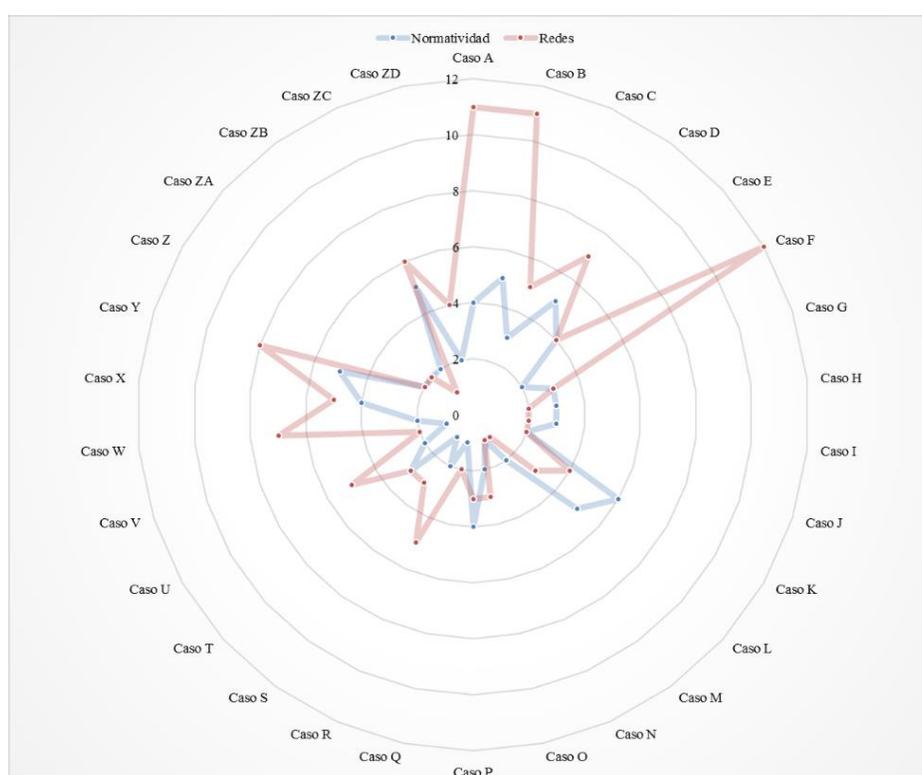
Los resultados del diálogo con los actores y su agrupación en la codificación de la cultura, también permiten identificar que las variables intermedias analizadas son relativos a la formación que cada familia disponga para sus miembros, destacando que este principio no es exclusivo de la cultura árabe, pues también es homólogo en las demás culturas del mundo. De la misma forma se plantea que la cultura en la comunidad árabe, representa un elemento que es transversal en la dirección y gestión de organizaciones, así como en la integración y socialización con las comunidades locales, pues dada la variada discusión con los actores participantes, se ha permitido identificar como la costumbre, saberes y tradiciones propias aplicados en hechos puntuales como la gastronomía, han contribuido a la vinculación e integración de la comunidad árabe con otros grupos sociales.

El estado de las categorías analizadas desde la óptica de la cultura y con relación a los elementos de la variable emprendimiento, permiten identificar a la luz de los resultados generales de las entrevistas que están enmarcados en principios aprendidos y adscritos desde el componente cultural, pero que aplicados a las organizaciones han sido factores determinantes en mejores resultados. Ejemplo de ello se evidencia en la eficiencia en el uso de los recursos,

nuevas formas de operación comercial o la relevancia que cobra la educación en el relevo generacional, entre otros.

Finalmente, se presenta la relación de casos con las variables intermedias que constituyen el capital social (ver figura 17), entendido desde la perspectiva de presupuestos con los que cuenta un individuo o comunidad al convivir en sociedad y que se comporta como característica distintiva en el contexto social.

Figura 17. Capital social con relación a los casos de estudio



Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Analizando el resultado de la codificación de las variables que constituyen el capital social, es sobresaliente que en los casos que conforman la investigación, destacan los aspectos relacionados con el capital social al interior de la comunidad palestina, siria y libanesa. Además, también se contrasta el énfasis que cada interlocutor ha otorgado en sus respuestas a los

conceptos analizados, como se ha mencionado dadas las diferencias en las experiencias y conocimiento de cada actor. Sin embargo, la teoría del concepto de capital social también vincula esta característica con la relación e inteligencia interpersonal propia de cada individuo, así como el núcleo social con el que interactúe para generar lazos de confianza, redes y normalizar las relaciones humanas.

Haciendo un contraste entre las dos sub-variables que integran el concepto de capital social: normatividad y redes; puede verificarse que fue discutida en mayor proporción la idea de redes, en coherencia con las experiencias de inmigración relatadas por los actores entrevistados relacionadas con la conformación de vínculos de trabajo colaborativo para construir capacidades compartidas para enfrentar las dificultades que implicó la inmigración y cuyo principio fue heredado de generación en generación. De la misma forma, la normatividad expresada por los árabes en la discusión estuvo mayormente relacionada con la confianza y relevancia que representa para la comunidad hechos sociales como el cumplimiento de los acuerdos o la integración con personas afines representan las opciones que evidencian la expresión del capital social en el discurso de los participantes.

A nivel general de las variables y sub-variables que integran el estudio se afirma que en cada entrevista sostenida con los actores han sido discutidos cada uno de los aspectos que se operaron en las variables de investigación, adaptándose cada concepto a las experiencias y conocimientos de cada participante. A partir de dicha información se han descrito los principales hechos que envuelven la comunidad de estudio, de tal forma que se identificaron a la luz de su discurso, los principios esenciales de la cultura y su vinculación con el capital social de la comunidad y en especial como han representado estos elementos una base para la gestión de emprendimientos exitosos en los diferentes escenarios de desempeño tras la inmigración y relevos generacionales.

4.3. Relatoría de categorías de análisis

Bajo el panorama que implica que, durante cada entrevista semiestructurada se aludieron y discutieron cada una de las variables de estudio correspondientes al emprendimiento, cultura y capital social y también con la finalidad de establecer un marco general acerca del desarrollo de cada entrevista. A continuación, se relatan las principales discusiones a la luz de los hallazgos en el discurso de los entrevistados y los antecedentes teóricos en el que se enmarca la investigación.

La fase de aplicación del instrumento comprendió una modalidad semi-estructurada, existió una guía de entrevista que cumplió la función de preguntas orientadoras fundamentadas en los principales núcleos de conocimiento que modelan la investigación. Así mismo, el trabajo de campo se distinguió por ser de carácter flexible y no ceñido totalmente a las preguntas, por lo que durante las conversaciones sostenidas con los actores de cada caso surgieron nuevos interrogantes y dimensiones relacionadas con el estudio que permitieron dar una mirada más integral al problema de estudio abordado; pero se discutieron las preguntas establecidas con el fin de presentar la percepción de cada participante con respecto a las categorías de análisis de la investigación (emprendimiento, cultura y capital social).

El emprendimiento para los entrevistados radica directamente en raíces tradicionales llevadas a la realización de negocios y ejecución de trabajos, en donde se mira cualquier actividad económica como una oportunidad de negocio que se direcciona y apoya de acuerdo a las lecciones culturales y se instruye a las personas en actividades que generen beneficios, realizando un estudio profundo del mercado, logrando así una adecuada inclusión de los nuevos productos. Otra característica significativa dentro de los rasgos del emprendimiento es la elaboración de estrategias para la sostenibilidad de los patrimonios construidos y trabajados, a

pesar de denotar un alto sentido de pertenencia por sus coterráneos, en las relaciones comerciales, presentan principal interés en la generación de utilidades para sus negocios.

Es importante mencionar las características relevantes dentro de la investigación y las categorías de análisis del emprendimiento. Puesto que en el discurso de los participantes se ha expuesto una considerable vocación por las iniciativas de negocios, motivados por las dificultades que acarrea la inmigración, especialmente en las primeras oleadas migratorias, de igual forma, la planificación representa un elemento clave en la gestión emprendedora, esta se direcciona en las posibles formas o estrategias de inclusión en el mercado, en sintonía con la generación de ventajas competitivas que permitan la diferenciación y sostenibilidad. Igualmente, es destacable que la cultura organizacional de los emprendimientos analizados, ha estado caracterizada por una marcada jerarquía y clasificación de funciones, igualmente sobresaliendo un liderazgo paternalista que promueve la confianza, el afianzamiento de las relaciones laborales y la sinergia de la empresa como parte de la vida de los colaboradores.

En la dimensión de la cultura los participantes concentran sus ideas desde su experiencia o conocimiento respecto a la inmigración referente de aquella primera generación que tras su llegada a Colombia por circunstancias del destino se ve obligada a adaptarse a un nuevo entorno y por ende modificar algunas de sus características culturales. Este fenómeno social conocido como aculturación y que encuentra su raíz en su condición de inmigrantes, este hecho también se vio altamente influenciado por la necesidad de adaptación social y supervivencia en el nuevo contexto., muchos de los casos infieren a la transliteración de su nombre del árabe al español, todo esto como parte de los procesos de registro e institucionalización en el nuevo país. Dicha inmersión en el nuevo contexto conlleva a que todos aquellos inmigrantes inicien actividades que permitan la consecución de recursos que permitieran su estabilidad y supervivencia, en

Colombia, fue destacable el interés del árabe en las riberas del territorio por lo que sus principales focos de concentración se orientaron a territorios aledaños a recursos hidrográficos.

Tras una adaptación al nuevo contexto que los acogía, la comunicación con sus familiares en sus naciones de origen se realizaba en periodos promedio de seis meses y en el caso de los inmigrantes que se habían adaptado más rápidamente fue factible la integración a nivel familiar y con ello mayores lecciones culturales de la comunidad árabe en el territorio colombiano, que poco a poco se fueron manifestando mediante iniciativas emprendidas desde el punto de vista gastronómico, cohesión social e intercambio cultural.

El análisis de la categoría de cultura, conlleva a analizar factores y patrones dirigidos hacia los rasgos culturales influyentes en su comportamiento como líderes; características alusivas y determinantes parte de los actores participantes de la investigación, que se distinguen administrativa por un marcado estilo directivo, que se ve fundamentado en doctrinas como el patriarcado y el paternalismo. Igualmente, los rasgos enmarcan un sistema de valores y creencias, que se consideran necesarios para un adecuado desempeño corporativo. En una mirada hacia la metodología disciplinaria de la cultura árabe, sobresalen principios como la dedicación, la iniciativa, el sentido de pertenencia y el compromiso, entre otros; referente a la religión, los entrevistados aluden un gran respeto con las creencias y no hacen distinción alguna, puesto que le dan prioridad a las características personales que aporten de manera positiva a su negocio y a la vida en general.

Referente al capital social, se evidencia que aferrados a sus tradiciones culturales de crianza, los individuos árabes establecen relaciones sociales en donde interactúan en forma constante y participativa con sus coterráneos más fácilmente, hecho que va ligado al compartir sistemas religiosos y sentido de pertenencia a sus orígenes; este hecho conlleva directamente a la

formación de asociaciones como la comunidad colombo-árabe. Por ejemplo, las relaciones de confianza tienden a ser en su gran mayoría dentro del sistema familiar y el apoyo es recibido directamente por parte de los padres de la familia o en su defecto por el hermano mayor. En muy pocas ocasiones se establecen sociedades comerciales debido a que para ellos no es rentable el tener que co-administrar las actividades económicas, ya que se dificulta la concertación frente a la toma de decisiones, debido a una marcada tendencia al individualismo en los negocios. Solo en algunas ocasiones se permite y concibe un sistema colaborativo y se establece mayormente en casos de apoyo a nuevos comerciantes inmigrantes, durante un periodo de asimilación e integración al mercado, de esta forma se concibe como normativo el que todos y cada uno de los miembros de la comunidad árabe por tendencia más que decisión propia, colaboran en el desarrollo de otros negocios hasta un punto de inflexión, donde se opta por emprender iniciativas propias en busca de la autosuficiencia.

Dentro de sus componentes, el capital social concibe un sistema de redes sociales que se fundamenta en lazos y rasgos asociados a su cultura, en dicho sistema de redes, la comunicación representa un aspecto relevante para que perdure el lazo social con la comunidad que ha acogido e integrado a los inmigrantes, es destacable que este vínculo con la sociedad se soporta con el sentido de contribuir en el crecimiento y desarrollo de los territorios, fundamentado en el aporte que el emprendimiento genera.

Tomando como punto de partida las diferentes citas de cada uno de los actores entrevistados en cada caso de estudio, todos conciliaron en que la comunidad palestina, siria y libanesa y en general gracias a la influencia de la cultura árabe que es enseñada desde la familia. Los individuos enfatizan y destacan la relevancia que significa para la vida del ser humano la educación y la superación de las dificultades, estos elementos a su vez se establecieron como

principios que cimentaron los de emprendimientos de los inmigrantes en territorios foráneos, sobresale también que la mayor parte de las oleadas migratorias que nacieron en los países de Siria, Líbano y Palestina provienen de los pueblos de cada territorio y obedecen a causas de conflictos, guerras y ocupaciones, generando que para los habitantes quienes tuvieran la oportunidad de emigrar a otro país lo hicieran.

Cada caso de estudio presentó cierta afinidad y contraste respecto al otro, esto obedece a que los 30 actores participantes comparten las características de: ser conocedores directa o indirectamente de la cultura árabe y de su extrapolación al contexto empresarial, las conversaciones sostenidas con cada actor marcan una adecuada introyección, por su parte respecto del contexto al cual ha estado sometida la comunidad palestina, siria y libanesa y los diferentes antecedentes históricos que han modelado la cultura árabe en materia de: convivencia social, desarrollo económico, religión, conducta y costumbre, a raíz de las experiencias de cada actor.

Sin embargo, cada actor también adaptó su disertación a una perspectiva objetiva y matizaron sus respuestas con historias, anécdotas y experiencias personales que dejaron entrever el contexto de la cultura árabe y el capital social de la comunidad palestina, siria y libanesa así como su influencia en el emprendimiento de los palestinos, sirios y libaneses en el territorio colombiano, también se destacaron las principales motivaciones, objetivos y medios bajo los cuales se genera el emprendimiento y las lecciones aprendidas de las relaciones sociales y la cultura en la modalidad de gestión de cada emprendimiento.

Finalmente se destacó que dentro de los procesos de emprendimiento que han incursionado los miembros de la comunidad palestina, siria y libanesa ha existido desde siempre un principio fundamentado en resarcir a la comunidad que los acogió siendo promotores de desarrollo social

a través de estrategias como lo son: generación de empleos, oportunidades y satisfacción de las necesidades, acciones puntuales que se materializan bajo la creación de unidades sostenibles de negocio.

4.4. Discusión

El sustento de la investigación comprende la información recuperada en el trabajo de campo, sin embargo, la información que generará el conocimiento científico implica la discusión teórica de los resultados obtenidos mediante una posición crítica del investigador y las principales perspectivas teóricas que sustentaron el estado del arte del conocimiento.

A nivel general en el estadio del emprendimiento puede denotarse la existencia de procesos de iniciativas emprendedoras en gran parte de las primeras oleadas migratorias de Siria, Líbano y Palestina en el territorio colombiano, específicamente en el departamento del Atlántico donde la migración árabe fue significativa. Muchas oportunidades de negocio fueron aprovechadas por la comunidad inmigrante en lagunas que la comunidad local no había contemplado, debido un entendimiento histórico y natural del comercio por parte de los árabes que resultó superior al de la población colombiana, esto evidenciado en que el joven árabe recién llegado poseía competencias idiomáticas y una alta disposición al ahorro que buscaba el equilibrio en una cultura de carencias aprendidas de casa; este comportamiento de acuerdo a los entrevistados, encuentra su explicación en la descendencia de los palestinos, sirios y libaneses de los fenicios, quienes en el desarrollo de las civilizaciones aportaron grandes avances en el comercio del levante mediterráneo.

Dichas iniciativas emprendedoras no se posicionaron del todo como parte del proyecto de vida de las primeras generaciones migratorias, por el contrario, se ubicaron como un medio de

subsistencia ante las dificultades que acarrea la inmigración. Con el tiempo dichas unidades emprendedoras cobraron fuerza y se posicionaron como la actividad de negocio en el que los miembros de la familia participaban y posteriormente fueron heredados de generación en generación.

El nivel de análisis de la cultura corresponde un punto fundamental teniendo en cuenta que es claro el cambio de contexto del individuo árabe a raíz de la inmigración, pero la cultura árabe permanece en el ser. En la cultura sobresalen rasgos distintivos que se puede afirmar son consecuencia de las diferentes situaciones del entorno al cual han estado sometidas las naciones de Siria, Líbano y Palestina, resalta el hecho que la cultura árabe presenta una serie de enseñanzas específicas en materia de sociabilidad, creencia y tradición que con el tiempo van cambiando de generación en generación al haber mestizaje de los palestinos, sirios y libaneses con habitantes locales.

En materia de capital social coexiste una singularidad en la comunidad palestina, siria y libanesa cuyo principal núcleo de origen radica en la cultura árabe, teniendo en cuenta que la cultura en general se posiciona como un sistema general de creencias que guían la conducta humana (Hofstede, 1980). En este sentido puede afirmarse que las enseñanzas aprendidas desde la cultura en el individuo árabe, modela las relaciones y redes sociales de las personas, así como su comportamiento en cualquier forma organizacional y su capacidad de colaboración con otros miembros, es así como el capital social que se posiciona como un elemento que demarca la asociatividad, cooperación y confianza entre miembros de una misma comunidad (Contreras, López y Ríos, 2011).

Analizando los diferentes conocimientos y experiencias de los actores acerca de un proceso cuyos orígenes se remontan a cerca de 100 años de antigüedad, puede afirmarse que los

emprendimientos de la comunidad palestina, siria y libanesa representaron el principal medio de supervivencia ante las consecuencias que acarreó la diáspora migratoria debida a la situación de conflicto y ocupaciones en el medio oriente; las lecciones de la cultura árabe y el capital social de la comunidad han influido en el emprendimiento y funcionado como catalizador de la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras que mayormente se han posicionado como unidades familiares que han sido heredadas y ante este proceso de sucesión los tesoros de la cultura árabe han ido mermando.

4.4.1. Rasgos del emprendimiento

Se conceptualizó el concepto de emprendimiento con la propuesta teórica de Schumpeter (1989) quien enfatizó en el emprendedor como un actor social que genera cambio, innovaciones y crea sistemas productivos que coadyuvan a la generación de valor, una afinidad que concilia con Drucker (1986) en el sentido que el emprendimiento engloba un proceso continuo de innovación.

En este orden de ideas puede afirmarse que los primeros inmigrantes de la comunidad palestina, siria y libanesa si bien a la luz de falta de formación y educación no dimensionaban el concepto y procesos de innovación, mediante las iniciativas de negocio que se crearon en el caso del departamento del Atlántico, llevaban implícita la característica de la innovación, elemento que facilitó la sostenibilidad para el negocio y para el emprendedor árabe.

Ahora, cabe destacar que el hecho de emprender negocios y resultar exitosos no fue una idea premeditada, si bien existían palestinos, sirios y libaneses que inmigraban a otros territorios para buscar mejores oportunidades, estos no salían con la idea y/o los recursos necesarios para hacer empresas, el trabajo era requerido para sobrevivir ante las adversidades que representa la inmigración. Se puede afirmar que el mayor motivante para el árabe radicaba en encontrar los medios para sobrevivir y adaptarse con el contexto local.

No obstante, teniendo en cuenta los resultados del trabajo de campo y el contexto histórico de las primeras migraciones, también puede afirmarse que las principales motivaciones para que los palestinos, sirios y libaneses emprendieran negocios fueron:

- Necesidad de supervivencia y sustento ante el cambio de escenario fruto de la inmigración.
- Permanente deseo de superación y logro de una mejor calidad de vida.
- Anhelo de alcanzar que las próximas generaciones logren obtener educación.
- Mecanismo de resarcimiento a la nación que los acogió.
- Medio de apoyo para la generación de empleo para la comunidad local y ante la posibilidad de auxiliar a inmigrantes árabes conocidos.

Cabe destacar que fueron múltiples las actividades económicas de la comunidad palestina, siria y libanesa en el departamento del Atlántico, según las opiniones de los expertos la selección de la actividad económica se concentró en la mayor medida en las oportunidades que el territorio brinde, este principio demuestra la existencia del pensamiento estratégico en los emprendimientos de la comunidad palestina, siria y libanesa.

Un factor que complementa el hecho del pensamiento estratégico de la comunidad palestina, siria y libanesa también se ve reflejado en su ubicación geográfica, si bien es cierto que la mayoría de los árabes ingresaron por los puertos del mar al norte del territorio, su ubicación y concentración se da en múltiples zonas del territorio colombiano, con la excepción de Medellín donde se afirma que si bien existe una comunidad árabe esta es significativamente baja en comparación a otros territorios. La opinión de los actores entrevistados concuerda en que los habitantes de Medellín presentan patrones emprendedores similares con los árabes, entonces representan casi que la competencia para el inmigrante, situación que obligó a la exploración de nuevos océanos para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras.

Teniendo en cuenta esta serie de aspectos en cuanto al emprendimiento de la comunidad palestina, siria y libanesa, se puede establecer un contraste entre las características del emprendedor árabe, las características emprendedoras propuestas por Rye (1998), a saber: autocontrol, confianza en sí mismo, sentido de urgencia, conciencia integral, realismo, capacidades conceptuales, requisitos del estado, relaciones interpersonales y estabilidad emocional. Con base a la teoría de Rye (1998), se establece una propuesta de características que presentan los emprendedores de la comunidad palestina, siria y libanesa teniendo en cuenta el contexto del departamento del Atlántico.

Las características de los emprendedores que propone Rye (1998) hacen un gran énfasis en los emprendedores y su relación con estado y manejan una perspectiva más holística e ideal, no contemplando los escenarios que acarrear situaciones más particulares, tal como sucede en el caso de la comunidad palestina, siria y libanesa que a través del tiempo ha sufrido los rezagos de la guerra y el conflicto. En este orden de ideas y partiendo del escenario y contexto histórico de la inmigración árabe se proponen las características del emprendedor árabe en la tabla 12.

Tabla 12. Características del inmigrante-emprendedor árabe

CARACTERISTICA	CONTEXTO
Persistencia	Ante los escenarios de dificultad se debe siempre persistir, el que insiste alcanza resultados.
Estrategas	Dimensionando las oportunidades del entorno y creando beneficios a partir de las mismas.
Deseo de superación	Vivir con visión de futuro y con la planificación de acciones para mejorar continuamente.
Lealtad a la palabra	Si se pacta el compromiso se debe cumplir, la palabra de las personas traduce confianza.
Resarcimiento	Servirle a la nación que los acoge y brinda oportunidades, representa la oportunidad de contribuirle a su país de origen.
Buena fe	Las actividades siempre deben estar encaminadas en el marco de la solvencia moral.

CARACTERISTICA	CONTEXTO
Cultura del ahorro	Usar racionalmente los recursos, no se sabe a ciencia cierta cuando faltarán, para tener éxito hay que invertir de manera inteligente.
Capacidades colectivas	Es importante contar con colaboradores que creen recursos y capacidades, colectivamente se alcanzan los objetivos.
Mentalidad de cambio	Las situaciones cambian y los negocios deben seguir el ritmo del entorno, el cambio engloba innovar para mantenerse en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

Esta serie de características generales puede afirmarse que constituyen el mayor acercamiento a la imagen de los emprendedores palestinos, sirios y libaneses en el departamento del Atlántico. Sin embargo, también se debe resaltar que estas lecciones de la comunidad árabe con el tiempo y el relevo generacional han ido cambiando según la educación de cada familia, esto obedece a que los emprendimientos han ido tomando la forma de iniciativas familiares que se heredan de generación en generación. No obstante, la esencia del emprendimiento del sirio-libanes se mantiene y en las nuevas generaciones siempre es un tema que se mantiene en debate para que dicho conocimiento no se pierda con el tiempo, sino que por el contrario se reinvente ante los nuevos escenarios.

En este sentido puede hacerse una distinción entre dos tipos de lecciones culturales para el emprendimiento, el primer panorama es el de las lecciones vividas, que corresponden a las enseñanzas propias de la crianza en el entorno cultural de origen, esta serie de conocimientos permean en el diario vivir del individuo y determinan su comportamiento ante situaciones específicas. En contraste están las lecciones aprendidas, que son aquellos conocimientos que se adquieren con el análisis y la experiencia que dimensionan más un contexto de decisión con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos. Cabe destacar que las lecciones vividas y aprendidas no constituyen conceptos mutuamente excluyentes, sino por el contrario se

complementan y posicionan como los conocimientos derivados de la cultura árabe en la comunidad palestina, siria y libanesa.

Al interior de los rasgos que comprende el emprendimiento de la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, también se debe destacar la filosofía de valores para la creación de empresas con el entorno que acoge a los inmigrantes. Destaca un gran sentido de resarcimiento al territorio que ampara a los inmigrantes y al entorno que coadyuva al desarrollo de sus iniciativas emprendedoras como un medio de aprovechar las oportunidades que el territorio propicia y además, también, como medio de retribuir a la comunidad local con: empleo, satisfacción de necesidades, desarrollo económico y ante todo cumplir con un servicio a la comunidad y a Dios.

Actualizando un poco el panorama de la comunidad palestina, siria y libanesa hasta la actualidad se puede afirmar que gracias a los recursos y capacidades que el inmigrante árabe conoció y aplicó desde su cultura al contexto local, se desarrollaron iniciativas emprendedoras que representaron su principal actividad económica y el medio por el cual se alcanzaba un mejor presente para el inmigrante y futuro para sus descendientes.

Ahora con el pasar del tiempo los emprendimientos de algunos inmigrantes han derivado en actividades económicas de carácter familiar y que se heredan de generación en generación. También existen casos donde los hijos de inmigrantes emprenden y desarrollan sus propios negocios independiente de las iniciativas de los padres. En conclusión puede afirmarse que el emprendimiento ha sido una característica latente en el pensamiento de los descendientes de la cultura árabe en el contexto de la ciudad.

Retratando una imagen actual de la presencia de la comunidad árabe en el contexto local, partiendo de los registros mercantiles ante la Cámara de Comercio de Barranquilla, puede afirmarse que existe una gran concentración de la comunidad palestina, siria y libanesa en las

actividades económicas relacionadas con el comercio al por mayor y al por menor de diferentes tipos de bienes y mercancías. De igual forma, también es común encontrar evidencia de descendientes palestinos, sirios y libaneses en el sector político y en el campo de la medicina, actividades que han coadyuvado al posicionamiento y el estatus de ciertas familias descendientes de la comunidad palestina, siria y libanesa en el contexto local de la ciudad de Barranquilla.

En síntesis, puede afirmarse que el emprendimiento ha sido a través del tiempo un hecho presente en la cultura de la comunidad palestina, siria y libanesa. Si bien representó la obligación del inmigrante para subsistir, las lecciones derivadas de las vivencias y aprendizajes en el contexto árabe aplicado al contexto local representó una gran ventaja y facilitó la inmersión de los palestinos, sirios y libaneses en el mercado local.

Asimismo cada emprendimiento se desarrolló bajo una filosofía de mutuo beneficio, generando para los palestinos, sirios y libaneses, beneficios económicos que permitieron su crecimiento y desarrollo en el contexto local y a su vez beneficios sociales como medio de resarcimiento a la sociedad que los acogió tras abandonar su nación de origen.

Con el tiempo y el mestizaje de los palestinos, sirios y libaneses con los habitantes locales, los negocios se fueron matizando y adaptando a las nuevas filosofías de gestión según el pensamiento económico de cada familia y quienes asumieron la administración de los negocios. No obstante, a la vez existió una penetración paulatina de las familias palestinas y sirio-libanesas en el contexto local, fruto del trabajo arduo en los negocios y de la relevancia de la formación y educación de los descendientes de los palestinos, sirios y libaneses, manteniendo hasta nuestros días una gran presencia en las actividades económicas del comercio, la medicina y hasta en el campo de la política y el sector público.

4.4.2. Características del capital social

El marco conceptual del capital social ubica a este concepto en un contexto donde las redes relacionales y la interacción de los seres humanos en el contexto social propicia la creación de vínculos con otros y la creación de propiedades comunes (Bourdieu, 1985). Así, puede afirmarse en este orden de ideas un supuesto fundamental, el ser humano en la medida que se relaciona aprende. Este conjunto de aprendizajes se posiciona como el principio básico para hablar de las relaciones sociales.

Pero el concepto de capital social con el tiempo evolucionó, Coleman (1988) agrega a este concepto la relevancia de la estructura social, puntualmente en el logro de los objetivos y el valor que adquieren las redes sociales, es decir que al interior del tejido social coexisten una serie de diferencias y afinidades que son determinantes en la interacción de los individuos en la sociedad.

En este sentido y aterrizando el concepto de capital social al caso de las PYMES asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, sobresale que existen ciertas condiciones que permitieron la identificación de características de capital social que presentan su principal cúmulo de origen en la cultura árabe. Bajo la perspectiva del comportamiento social, desde la costumbre cultural enseñada en los hogares, sobresale un ítem muy relevante y es que al ser la gran mayoría de los inmigrantes originarios de pueblos de Siria, Líbano y Palestina, en los pueblos los habitantes conocen y tratan a todos los habitantes debido a la nula estratificación social, esto permite que el grado de interacción social de los árabes originarios de los pueblos sea mayor al de los árabes ciudadanos.

Finalizando la conceptualización del capital social emerge el enfoque desarrollado por Putnam (1995) que suma al concepto la matriz de existencia de ciertos factores intangibles que facilitan la coordinación y cooperación de los individuos en el orden social, pero para la creación de beneficios y valor en una relación de mutuo acuerdo. A este paradigma propuesto por Putnam

(1995) se acopla la filosofía de la comunidad palestina, siria y libanesa en resarcir de alguna modalidad a la nación que los acoge y brindan diferentes oportunidades y también el hecho de la filosofía de apoyar a otros inmigrantes árabes sin ser un determinante de su gestión.

Vale la pena resaltar la sobresaliente integración social que la comunidad palestina, siria y libanesa ha ostentado con el contexto colombiano teniendo en cuenta que ha sido un proceso paulatino de varios años. Pueden mencionarse dos principales catalizadores que facilitaron la integración árabe al contexto colombiano: ciertos territorios cuentan con condiciones geográficamente similares a los del territorio de Siria, Líbano y Palestina, si bien no era la razón por la que se elegía el destino en la inmigración, sí es cierto que presenta un gran impacto en los palestinos, sirios y libaneses haciéndolos sentir como en su nación de origen y finalmente, el territorio colombiano ofrece a los inmigrantes mayores libertades y oportunidades en la educación y los negocios, así como respeto en la profesa de la religión y demás aspectos culturales.

Esta serie de condiciones facilitaron la integración de los inmigrantes palestinos, sirios y libaneses a la sociedad colombiana en general, esta inmersión al contexto permitió conocer las fortalezas y aspectos por mejorar del territorio, cabe destacar que el capital social puede posicionarse como un activo intangible en el balance de las organizaciones al dar apertura al conocimiento y a la información, así como la incorporación de la confianza en las transacciones empresariales.

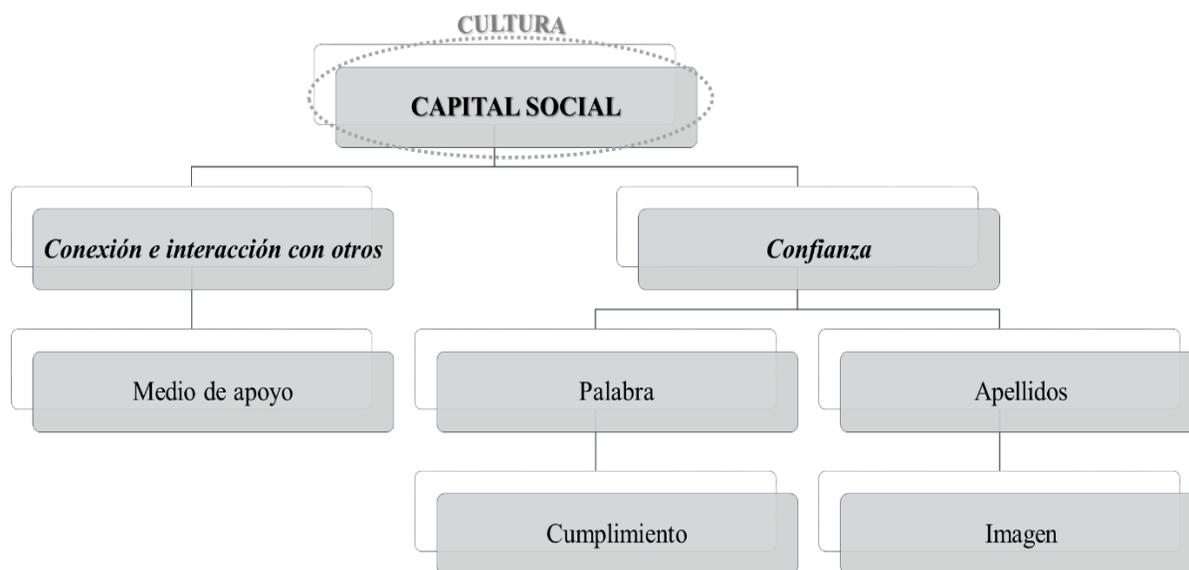
El capital social en la comunidad palestina, siria y libanesa y en las PYMES asociadas puede evidenciarse desde dos perspectivas, la primera se orienta a la conexión que presentan los árabes ante determinados contextos como medio de apoyo, históricamente fueron muchos casos de palestinos, sirios y libaneses que recién llegados al territorio colombiano buscaban las estrategias

para localizar algún conocido o familiar para solicitar trabajo, con la finalidad de obtener un mecanismo de subsistencia para su nuevo inicio, así mismo existen muchos casos de los palestinos, sirios y libaneses que apoyaban a familiares y conocidos con el proceso de inmigración y las consecuencias que ello conlleva, en conclusión dichas evidencias hacen notar que en la comunidad palestina, siria y libanesa sí existe un recurso de capital social que si bien no es determinante y constante se ha cristalizado con la interacción entre miembros de la misma comunidad.

Ahora, la segunda óptica del capital social en la comunidad palestina, siria y libanesa se puede contemplar con la vertiente de la confianza, teniendo en cuenta que la confianza es un elemento determinante en la gestión de las organizaciones para garantizar el mejor rendimiento de los recursos. Según los casos de estudio analizados puede afirmarse que la confianza se materializa con dos grandes elementos: la palabra y los apellidos, en primera instancia la palabra se debe traducir en cumplimiento, puesto que si un individuo se compromete a un acto es porque lo va a ejecutar, incumplir con un pacto para los palestinos, sirios y libaneses, es señal de falta de compromiso y no respeto a la palabra, por otro lado los apellidos en cierta forma representan la carta de presentación en una comunidad, en los palestinos, sirios y libaneses mantener el honor del apellido resulta muy relevante y es casi determinante para el establecimiento de condicionantes en las relaciones comerciales, en síntesis palabra y apellidos son aspectos que van de la mano en materia de relaciones sociales en la comunidad palestina, siria y libanesa.

Puede afirmarse que el mayor cimiento del capital social de la comunidad palestina, siria y libanesa se concentra en la cultura árabe que es adquirida desde la institución social más importante: la familia, desde este punto de vista puede retratarse la estructura del capital social que se presenta en la figura 18.

Figura 18. Estructura del capital social en la comunidad palestina, siria y libanesa



Fuente: Elaboración propia

Retomando la perspectiva conceptual del capital social, el postulado teórico de Putnam (1995) se soportó de igual forma con las líneas de investigación acerca del compromiso cívico y asociativo que pone de manifiesto las relaciones sociales y la vida cívica de los individuos con relación a las instituciones sociales como: la familia, las escuelas, los órganos del estado, entre otras, así como la forma en la que el capital social de las comunidades incide en la asociatividad de las personas.

Partiendo de este principio, pueden sustentarse las relaciones sociales de la comunidad palestina, siria y libanesa al existir su acoplamiento con el entorno local y la existencia de acciones sociales y de resarcimiento al contexto, destacando la primacía de un compromiso cívico con la sociedad de la nación que los acoge, así mismo en materia de asociatividad se destaca que existe la capacidad de creación de vínculos con otros miembros de la comunidad árabe, en inicio como medio de apoyo y relación de mutuo beneficio al existir una compensación en beneficios a cambio de conocimientos y trabajo, la asociatividad entre palestinos, sirios y

libaneses existe, sin embargo los actores afirman que el compromiso asociativo de los palestinos, sirios y libaneses alcanza un punto de inflexión. Es decir que existe cierto pensamiento en los palestinos, sirios y libaneses de buscar siempre la autosuficiencia, sin demeritar esto la capacidad de asociarse con los demás, dado que la construcción colectiva de recursos y capacidades propicia una mejor forma del logro de los objetivos y metas.

Otro punto importante que contribuyó al desarrollo del enfoque de capital social desarrollado por Putnam (1995) está en el familismo amoral, el cual rescata la relevancia de la familia como institución social y manifiesta que la promoción de los intereses colectivos mantiene una íntima relación con la búsqueda del beneficio propio, así como es determinante del sistema de valores ante las actitudes y reacciones de las acciones sociales. Este concepto aplicado al contexto de la comunidad palestina, siria y libanesa presenta su principal relación en la parte de la gestión y planes colectivos, pues como se mencionaba, la comunidad árabe en general participa en construcciones colectivas y a la asociación en pro del logro de ciertos objetivos, pero ello es hasta cierto punto dada una marcada tendencia a la autosuficiencia y el individualismo.

Tener en cuenta todas las modalidades bajo la cual el capital social se manifiesta en las PYMES asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa que constituye el epicentro de estudio de la investigación coadyuva a destacar la importancia de las relaciones sociales para el emprendimiento. Es decir, el capital social influye en el emprendimiento mediante la creación de redes de trabajo, construcción colectiva de capacidades y la generación de nuevas iniciativas, todo a partir del aprendizaje y la experiencia derivadas de la relación con otros.

Así mismo, en el contexto social se da la relevancia para los árabes de mantener el honor y la reputación, pero bajo una solvencia moral en los negocios y demás actividades que han

perdurado en el tiempo, esta premisa también es conocida como capital simbólico-definida como la forma de retribuir esfuerzos en aspectos que van más allá de lo económico.

4.4.3. Oleadas migratorias árabes

La diáspora migratoria árabe proveniente del levante mediterráneo que contiene las naciones de Palestina, Siria y Líbano; de acuerdo a la triangulación de la información recuperada en el trabajo de campo guarda sintonía con la revisión de literatura referente a los motivantes de la diáspora migratoria de árabes a diferentes territorios a nivel mundial. Fenómeno social que encuentra sus primeras raíces en hace más de 100 años, cerca del año de 1880 en el siglo XIX, donde el territorio que comprende el levante del mediterráneo era epicentro de conflictos a raíz de la dominación de Turquía y Francia, este hito de estado de excepción motivó la denominada primera oleada de migración de árabes, que según los informantes obedecía mayormente a evitar el servicio militar y a la búsqueda de mejores oportunidades en los territorios foráneos, esta primera oleada puede afirmarse que ha sido el punto de partida de la diáspora árabe en el contexto latinoamericano y del mundo en general.

La independencia de la dominación en el territorio del levante mediterráneo fue contribuyente al enriquecimiento de la cultura árabe por parte de la educación y el aprendizaje aportante de comunidades como los franceses. Sin embargo, en 1940 se genera una segunda oleada migratoria siendo el mundo escenario del desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, cuyas consecuencias además de incrementar la dispersión de árabes en el mundo, también incluyó la vinculación de territorio palestino con la creación del estado de Israel en 1948, hecho que por diferencias culturales y religiosas han generado un latente espacio de conflicto.

Finalmente, cercano al año de 1970 se han dado nuevos conflictos a raíz del fundamentalismo y el extremismo en el territorio árabe que ha sido motivante para movilizar nuevamente la migración de árabes, formando de esta manera una tercera oleada migratoria, pero bajo escenarios totalmente diferentes, al haber en diferentes contextos descendencia de la primera y la segunda oleada y con mayor posicionamiento por parte de los árabes en los diferentes contextos en los cuales se acoplaron exitosamente.

Es posible establecer que el territorio del levante árabe, ha sido espacio de múltiples conflictos que han generado la diáspora migratoria a países foráneos, en los que gran parte del cúmulo de inmigrantes mediante un comportamiento emprendedor han logrado posicionar casos de éxito en diferentes escenarios, sobresaliendo en el caso de Barranquilla-Colombia, un gran aporte de las comunidades árabes al desarrollo de la ciudad, donde están representados principalmente por palestinos, libaneses y sirios.

4.4.4. Propiedades asociadas a la cultura árabe

La cultura representa una relevante piedra angular en el desarrollo de la investigación referente a cultura y capital social en el emprendimiento de PYMES asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, ello porque precisamente es la cultura que hace distintos a los seres humanos (Laplantine, 1993). Esta distinción de la cultura árabe propia de la comunidad de los países de Siria, Líbano y Palestina según los expertos posee unas características muy puntuales tal como la cultura latina, europea o asiática, por ello es por lo que la cultura representa un fenómeno de la sociedad que demarca las costumbres, comportamientos y tradiciones de las sociedades y de los individuos, es una parte inherente del aparato social del mundo (Allaire y Firsirotu, 1984; Fleury, 2002).

Existe un punto relevante acerca de la cultura en general que los actores de la comunidad palestina, siria y libanesa comparten y radica en que todas las culturas del mundo y sus diferentes dimensiones provienen de la familia. La familia se ubica como la institución social de mayor importancia. Esto quiere decir que en la crianza se adquiere la cultura, así como tradiciones, costumbres y demás. Por lo que este pensamiento representa una base fundamental ya que puede afirmarse que las lecciones culturales de los árabes y que han sido aplicados en diferentes escenarios a nivel mundial, emanan de la familia y son características dinámicas que cambian de generación en generación pero conservan una esencia de costumbre y tradición según el modelo familiar de los individuos.

Ahora, también es relevante destacar que la cultura árabe si bien es una sola si posee ciertas tipificaciones mayoritariamente ligadas al origen de los ciudadanos de Siria, Líbano o Palestina. Ello radica en que la sociedad de estos países conocidos como *árabes del levante*, tiene una gran distinción entre ciudad y pueblo. Las ciudades son más competitivas para los habitantes y el acceso a la educación y el conocimiento es significativo, los árabes ciudadanos no presentan tendencia a emigrar gracias a las oportunidades que la misma ciudad les ofrece. Caso contrario de los árabes provenientes de pueblos, quienes tras no tener los beneficios que ofrece una ciudad, son quienes más sufren el impacto del flagelo de la guerra y el conflicto, ante este escenario la mayoría de los habitantes de pueblos de los países árabes tiende a la inmigración hacia territorios foráneos. Ahora, en este orden de ideas puede hacerse una distinción entre la cultura árabe en dos principales categorías según el origen de los habitantes, presentadas a continuación en la figura 19.

Figura 19. Propuesta de distinción de árabes según el origen de los habitantes

CULTURA DE METRÓPOLI	CULTURA DE PROVINCIA
<ul style="list-style-type: none"> • Las oportunidades son altas • Existen condiciones adecuadas • Acceso a la educación • La migración es baja 	<ul style="list-style-type: none"> • Las oportunidades son escasas • No se dan las mejores condiciones • Poco o nulo acceso a la educación • La tendencia es a inmigrar

Fuente: Elaboración propia

Comprender el contexto cultural de la comunidad palestina, siria y libanesa requiere la eliminación de supuestos básicos que se han creado en la sociedad respecto a los árabes, bajo estereotipos como la vestimenta, el asocio con la religión musulmana extremista o inclusive adjudicarles a sus miembros la denominación de “turcos”, calificativo que tiene su origen por la época donde el territorio árabe estuvo bajo la dominación del imperio de Turquía.

La cultura árabe que conforma a la comunidad palestina, siria y libanesa va más allá de todo ese conjunto de supuestos, se posiciona más como un estilo de vida heredado desde la familia, la religión islámica representa la principal corriente religiosa de la comunidad palestina, siria y libanesa, pero también coexisten comunidades cristianas, ese supuesto de asociar a la comunidad árabe con el islam puede refutarse al notar que en países diferentes a los árabes profesan el islam, tales como: Bangladesh, Indonesia o Malasia.

Los actores frente al tema de la religión manifiestan que este es un elemento que forma parte de la cultura y que determina el sistema de creencias, conductas y la solvencia moral de los individuos; en los negocios y en la relación social la religión no demarca una limitante o restricción, solo forma parte del estilo de vida de cada persona, en el contexto colombiano existe la libertad de credo, mientras que en el contexto árabe es un poco más serio el asunto, llegando al

punto de quedar expresado en la identificación del ciudadano la religión que profesa, pero la filosofía de vida frente a la religión se ubica en que las creencias no deben interferir con la convivencia social.

La principal lección que deja la propiedad de la religión como parte de la cultura en los inmigrantes de la comunidad palestina, siria y libanesa, radica en que a la hora de emprender negocios la religión promulga las enseñanzas morales de obrar en servicio a Dios y a la comunidad, procurando que con las actividades y proyectos desarrollados coexistan los beneficios para el crecimiento y desarrollo personal del individuo, así como el debido resarcimiento a la sociedad que los acoge tras la inmigración.

Hablar de cultura exige un estado de arte del conocimiento en profundidad, Hofstede (1980) ha sido uno de los grandes referentes en materia de cultura, en primera instancia se destaca el análisis del individualismo y colectivismo de los miembros de la sociedad ante determinados contextos y situaciones que el ambiente social genera, siguiendo una conducta desde el individuo solo y del individuo en grupos, este punto de estudio también fue analizado por Triandis y Suh (2002) determinando un nivel de análisis tanto para la cultura individualista como para la colectivista.

Llevando los postulados de Hofstede (1980) y de Triandis y Suh (2002) a la cultura árabe de la comunidad palestina, siria y libanesa, el discurso de los actores revela que el individuo palestino o sirio-libanés inmerso en la cultura árabe, sigue una conducta individualista, esto no quiere decir que los árabes no se relacionen, por el contrario, según las condiciones y necesidades existe la debida comunicación, formalidad y capacidad de colaboración en sociedad, esta relación encuentra su pieza medular en el capital social de la comunidad que coadyuva la generación de redes sociales y normatividades en comunidad, pero son hasta cierto punto dada la

marcada tendencia del palestino, sirio-libanés, hacia la individualidad en busca de la autosuficiencia e independencia.

Se puede establecer el interrogante ¿por qué sucede esta situación ante los beneficios de una construcción colectiva?, la respuesta se remonta a antecedentes históricos y que corrobora uno de los actores, los sirios, libaneses y palestinos se caracterizaron por ser sociedades tribales donde había un miembro que asumía el liderazgo, sí bien la asociatividad es algo latente y que coexiste en los palestinos, sirios y libaneses, puede afirmarse que el mayor nivel de análisis se encuentra en el individualismo.

Este principio de análisis cultural desde el individualismo-colectivismo, conlleva al siguiente postulado de Hofstede (1980) relacionado con los intereses y prioridades muy a nivel de nación, se hace una distinción entre las culturas donde la competencia, el materialismo y el poder económico representa una prioridad, a esta categoría se le denominó masculinidad; caso contrario de las culturas que fundamentan el desarrollo en las relaciones humanas y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, que es conocida como feminidad.

Tomando como referencia el marco histórico que envuelve a la comunidad palestina, siria y libanesa y las diferentes propiedades conocidas de los árabes en el contexto del departamento del Atlántico desde las PYMES, puede afirmarse que en la cultura árabe existe un matiz entre masculinidad y feminidad, por una óptica existe un gran deseo de superación y para ello se generan oportunidades de trabajo que tienen la finalidad de generar recursos para el desarrollo personal del árabe, pero así mismo hay una gran prevalencia de la relación e interacción social y de resarcimiento a la comunidad local de las naciones que dan acogida a los inmigrantes.

Como reflexión general de la cultura puede afirmarse que es el elemento que ha demarcado la historia de la comunidad palestina, siria y libanesa en Colombia y demás territorios que han

servido de centro de acopio para los árabes inmigrantes, el capital social parte y se construye desde la cultura que a su vez se aprehende desde la familia como institución social, al igual que de la cultura emanan las principales lecciones que son aplicables al emprendimiento de los sirios-libaneses y que contribuyó a la generación de beneficios para la debida supervivencia ante las consecuencias que conlleva la inmigración a nuevos territorios.

Se debe destacar que también hay otra dimensión de la cultura que ha de ser analizada y radica en la forma de como la cultura local de las personas (en el caso de estudio de la comunidad palestina, siria y libanesa) influye en la cultura organizacional de las unidades desarrolladas a partir del emprendimiento. Smircich (1983) hace alusión a la gestión de la cultura, ya que la cultura local forma parte de la organización y puede ser un elemento administrado para la generación de mejores resultados.

En primera instancia se parte de la idea que cada una de las PYMES de la comunidad palestina, siria y libanesa cuenta con una cultura organizacional única, por lo que las reflexiones se realizan en el marco de los aspectos que se analizaron durante la fase de trabajo de campo y su relación con el discurso de los actores en lo referente a la cultura árabe en general.

Kotter y Heskett (1995) enunciaron el concepto de las culturas adaptativas al entorno para adecuar los recursos y capacidades de las organizaciones en pro de alcanzar los mejores resultados y garantizar la generación de rendimientos y valor. En este sentido se puede afirmar que dado el carácter familiar que presentan la mayoría de las PYMES al interior de la comunidad palestina, siria y libanesa, sí existe un grado de adaptabilidad ante las directrices de gestión que han propiciado su sostenibilidad y posicionamiento en el contexto local.

Se debe recordar que coexiste entonces un concepto de organización sirio-libanesa derivada del emprendimiento y cuya principal influencia cultural en el emprendimiento se da en las

lecciones vividas y aprendidas por parte de los inmigrantes árabes que determinan sistemas de creencias, modelos de gestión y lineamientos para el uso de recursos. Es por ello que se puede afirmar que la cultura organizacional es inherente a la filosofía de gestión de cada negocio y se manifiesta según las estrategias gerenciales de cada organización.

Ahora, existe un elemento relacionado con la cultura que se acopla a su relación con los procesos de emprendimiento de los palestinos, sirios y libaneses, el concepto de capital cultural fue incorporado a las ciencias sociales por Bourdieu (1979), que principalmente corresponden a los atributos adquiridos por los seres humanos en la medida que se intensifica su interacción social, en este sentido puede afirmarse que la comunidad palestina, siria y libanesa gracias a la inmigración a territorios foráneos ha desarrollado un capital cultural significativo propio de la interacción tanto con sus coterráneos durante la convivencia social en los territorios de Siria, Líbano y Palestina, como también con los habitantes foráneos.

Bourdieu (1979) afirmó que el capital cultural trasciende por tres principales estados en el tiempo, un estado incorporado donde se dan las propiedades innatas del ser humano, en el emprendimiento de la comunidad palestina, siria y libanesa en el contexto de la ciudad de Barranquilla, se destacan como parte del capital cultural incorporado las artes del comercio, el sentido del ahorro y el pensamiento estratégico para los nuevos retos y oportunidades que el territorio presenta.

Posteriormente, el estado objetivado del capital cultural se ubica como la fase donde los conocimientos innatos en el ser se materializan en productos puntuales, aterrizado al caso del emprendimiento de la comunidad palestina, siria y libanesa, este estado se evidencia con la creación de unidades de negocio que incorporan a su filosofía de gestión las diferentes lecciones aprendidas y vividas desde la cultura árabe, este sistema de creencias internas también modela e

incide en la cultura organizacional de cada una de las PYMES. Finalmente, el estado institucionalizado del capital cultural se da cuando existe una equivalencia de valor entre el producto cristalizado desde el conocimiento cultural y una contrapartida económica. Puede afirmarse que las PYMES palestinas y sirio-libanesas del sector comercial y de otros tamaños y sectores económicos engloban los aprendizajes de la cultura árabe y cada una a nivel de estructura y forma interna acoge el sistema de creencias, valores compartidos y direcciones estratégicas aprehendidas desde la cultura árabe. Cada empresa cuenta con unos activos que posiblemente serán heredados por las consiguientes generaciones de cada familia sirio-libanesa. Así pues, con el cumplimiento de los requisitos se puede afirmar que el capital cultural de la comunidad palestina, siria y libanesa en relación al emprendimiento ha cumplido con los estados de incorporado, objetivado e institucionalizado.

Aprendizaje y aculturación del árabe en Barranquilla

Derivado del discurso de los entrevistados se han decantado una serie de aspectos relacionados con la migración como fenómeno, presente en la historia cultural de la comunidad árabe. Esta ha representado un hito para la vida de los palestinos, sirios y libaneses, destacando que este hecho en su vivencia ha estado enmarcado en dos principales aspectos: en primera instancia, ha habido una mayor movilización a territorios internacionales por parte de las personas oriundas de los pueblos, pues las ciudades representaban mayores oportunidades, beneficios y capacidad competitiva para los ciudadanos, mientras que en los pueblos, la posibilidad de crecimiento y autorrealización era menor, pero esto también implicaba un mayor grado de socialización con sus coterráneos y, un incentivo a la racionalidad en el uso de los recursos disponibles, dadas las condiciones geográficas de cada territorio.

Esta serie de características sociales, colectivamente forman la cultura de una comunidad, sin embargo, desde la opinión de los miembros consultados, cada cultura presenta su característica distintiva y en los individuos es modelada no solo por el estado, la religión y la sociedad, sino desde la familia, por lo que para las culturas en general, esta representa la institución social más relevante; la comunidad árabe no es indiferente a este principio, que modela la tradición y costumbre de sus asociados.

La temática cultural, suele ser relacionada con aspectos de conducta, modales, valores o en ocasiones con la religión, por esto también se hacen visibles otra serie de aspectos. En el caso de la comunidad árabe, la cultura también puede dimensionarse desde dos perspectivas: la vocación del servicio y la iniciativa emprendedora, hechos que han conllevado a que en el tiempo, en ciudades como Barranquilla, se asentaran unidades de negocio exitosas que a la fecha se ubican como grandes empresas que contribuyen al desarrollo social y económico de la región. Sin embargo, y como lo expresaban algunos entrevistados, no todas las historias son de éxitos, algunos de los migrantes tuvieron que regresar a sus pueblos, al no lograr adaptarse al estilo de vida en el país, que en ocasiones distaba del árabe inmigrante. No hay que desconocer que Colombia, desde la primera oleada en 1880, hasta la última después de 1970 ha sido un estado de continuos enfrentamientos, como se mencionaba al principio de este trabajo de investigación, vivía innumerables conflictos de tipo civil y estatal, que se veía traducido en problemas de inseguridad y de desestabilidad social y económica.

Ahora, en el transcurso de la vida del árabe y de la humanidad en general, la cultura es un aspecto que se fortalece a través del tiempo, mediante la interacción con los demás y las lecciones que se aprenden en este proceso; por ello sobresale en el caso de los palestinos, sirios y

libaneses un mayor nivel de aprendizaje debido al cambio que se presenta en los nuevos escenarios que enfrentan tras la migración.

En ciudades como Barranquilla, que siempre ha sido un epicentro multicultural para los nuevos foráneos, el proceso de inmersión en el contexto se facilitó gracias a que la gran mayoría de inmigrantes árabes ingresó por este punto de la periferia colombiana; asimilar la cultura local para los nuevos participantes de la comunidad barranquillera, no fue un proceso de resultados inmediatos, los árabes ante las restricciones y dificultades, solo contaban con la alternativa de trabajar para subsistir e integrarse a la sociedad colombiana.

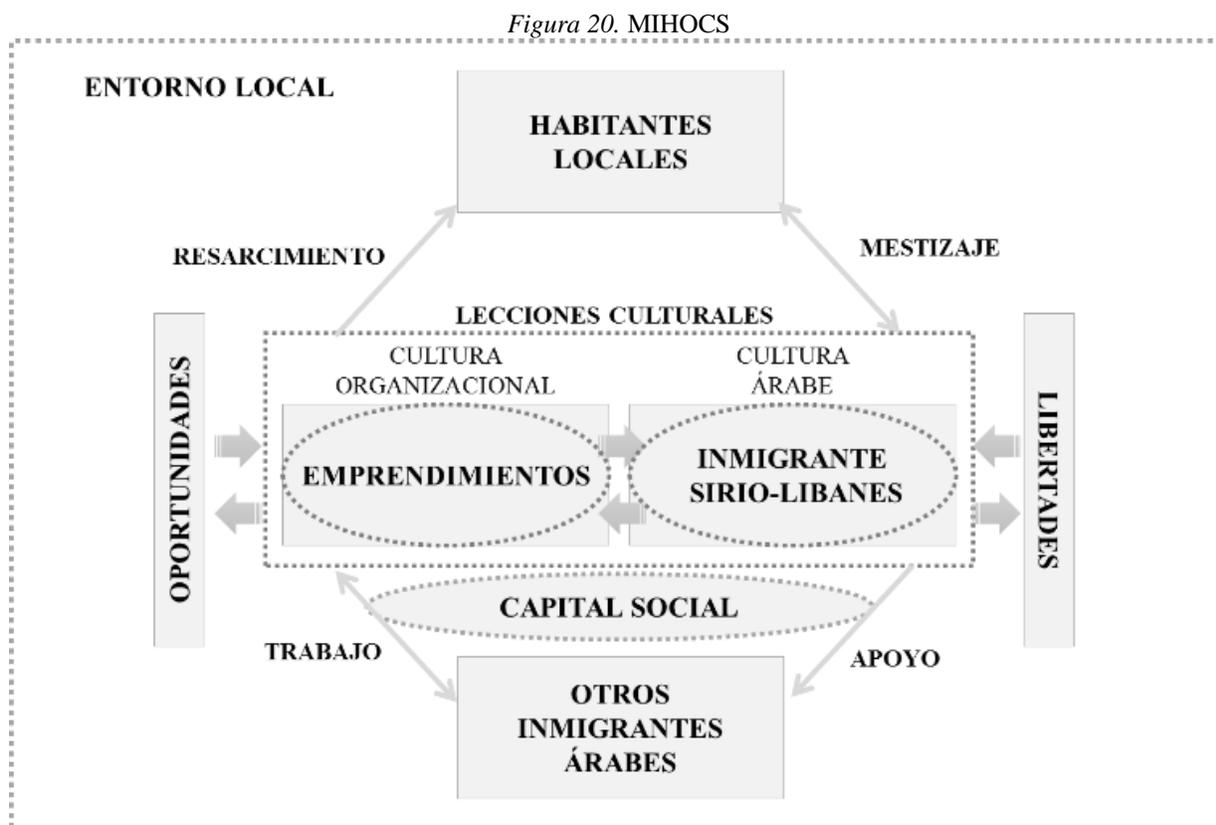
Uno de los hallazgos de la investigación es la identificación de la gastronomía como un elemento integrador de los nuevos inmigrantes en la sociedad colombiana. Este proceso si bien tomó un siglo desde la primera oleada, pues fue solo hasta mediados de los años 70 y 80 que el público barranquillero logró apropiarse e identificar los productos gastronómicos de la comunidad árabe, la gastronomía se prestó para que una vez la nueva familia ya establecida a través de la madre, comenzara su integración con el primer núcleo geográfico que era el barrio. Este hecho permite entrever que una costumbre propia de la cultura, como lo es la gastronomía, facilita el proceso de acoplarse a un nuevo entorno, de tal forma que este rasgo propicie a los ciudadanos locales, la capacidad de identificación y asociación de los nuevos integrantes en la ciudad.

El proceso de adaptarse y aprender de la comunidad local, desde la mirada de Berry (2005) se sustentó fundamentalmente en la aculturación, si bien no hubo una marginación de la cultura de origen, sí se presentan rasgos de asimilación e integración en la sociedad de acogida. Este hecho es motivado por la necesidad de comunicarse en el idioma nativo, integrarse a la sociedad marcada por una fuerte filiación católica durante la primera y segunda oleada, conciliar los

calendarios laborales y operar en un entorno mayormente regulado por el gobierno, entre otros; sin desaprender las lecciones experienciales de sus países de origen, como por ejemplo, la eficiencia en el uso de los recursos y la dedicación a las actividades del diario vivir.

4.4.5. Vínculo emprendimiento, cultura y capital social

Comprender la relación que coexiste entre el emprendimiento, la cultura árabe y el capital social de la comunidad palestina, siria y libanesa en relación con el entorno local requiere entender que existe una correspondencia entre diferentes aspectos, a manera de retratar una aproximación a la dinámica entre factores, la figura 20 presenta el Modelo Integral-Holístico de Organización, Cultura y Capital Social (MIHOCS), entendiendo a la organización como producto del emprendimiento.



Puede entenderse esta relación como integral-holística gracias a que engloba las diferentes características que envuelven el emprendimiento, el capital social y la cultura, asumiendo el emprendimiento desde la perspectiva de gestionar organizaciones para aprovechar las oportunidades del entorno y generar beneficios que coadyuven al desarrollo personal y a la contribución socioeconómica a manera de resarcimiento por el amparo ofrecido tras la inmigración. La relación con otros árabes parte del capital social de la comunidad, que, si bien es un factor implícito e intangible, se estructura desde elementos base como lo son el apellido y la palabra como motores de confianza

5. REFLEXIONES FINALES

Las experiencias y conocimientos derivados del desarrollo del proceso de investigación han sido significativos para las ciencias sociales y de igual forma para la disciplina administrativa. Inicialmente se pactó un proyecto acerca de perfiles emprendedores que al ser participantes miembros de la comunidad palestina, siria y libanesa, pasó a contemplarse también la dimensión cultural que acompañaba a los procesos de emprendimiento. Con la profundización del estudio también surgió la óptica del capital social que terminó de enriquecer el conocimiento adscrito al proyecto de grado.

La problemática abordada se contempló entonces desde las tres perspectivas del capital social, la cultura y el emprendimiento, delimitado en las PYMES del sector comercial asociadas a la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla. El problema orientador de investigación buscaba esclarecer como las propiedades sociales innatas a una comunidad específica tienen influencia en los procesos de emprendimiento que han permeado hasta la actualidad y como los apellidos asociados a dicha comunidad sobresalen dentro de empresas de renombre en el marco económico del departamento del Atlántico.

Respondiendo al cuestionamiento inicial del problema de investigación el cual pretende establecer ¿de qué manera se hacen evidentes la cultura y el capital social en los emprendimientos de la comunidad palestina, siria y libanesa de Barranquilla, en lo que respectan las PYMES del sector comercial?, se puede resaltar que se encontraron elementos y factores influyentes y determinantes de la cultura y el capital social en el emprendimiento de los casos de estudio analizados, dando peculiar importancia a los valores de la confianza y el resarcimiento hacia el país receptor, así mismo en el tema de la competitividad se encontró que los árabes inmigrantes, además de contar con una influencia clara hacia el comercio, supieron sortear las

oportunidades que el mercado local les ofrecía, adentrándose en negocios exitosos para cada época de llegada a saber: el comercio de víveres, textiles, electrodomésticos y productos del campo. Sin embargo, parte de lo encontrado en esta investigación, es que la comunidad árabe inmigrante, no tenían muchas opciones de hacer parte de oportunidades laborales formales al no contar con estudios en diferentes disciplinas o simplemente no hablar propiamente el idioma, dificultad que no se vio traducida en fracasos.

Históricamente la labor comercial en los grandes mercados del mundo ha permitido construir una base para la sociedad necesaria e indispensable para el intercambio de productos, es por esto, que los árabes inmigrantes evolucionaron su gestión comercial respondiendo a las necesidades de cada época del territorio. Hoy día es común ver a la siguiente generación participando en procesos políticos, inversiones médicas, comercio al por mayor y por menor, construcciones en general, bienes raíces y en educación. Predominando en muchos de estos procesos la empresa de familia y la permanencia de varias generaciones en la construcción de la organización.

Las líneas temáticas de investigación matizaron la investigación en un tono donde convergían conceptos y teorías de carácter administrativo como base fundamental y de corte socio-antropológico como complemento, esta relación científica hizo relevante el desarrollo del estudio y la exploración de literatura en cada uno de los núcleos temáticos, la exploración del estado del arte de cada tema se desarrolló según su campo de conocimiento y se adaptó a la teoría de las organizaciones, teniendo en cuenta que corresponde al campo de estudio de la administración y a las organizaciones como objeto de estudio de esta disciplina.

Metodológicamente la investigación se sustentó en el enfoque cualitativo que representó la estrategia más adecuada para la exploración de los aspectos de corte histórico, social y

empresarial que enmarca al estudio, los métodos empleados aportaron al conocimiento las herramientas acertadas para la caracterización de los procesos y vivencias históricas, las experiencias y vivencias a través de un análisis desde la conciencia y el estudio particular de unidades específicas de observación; la aplicación conjunta de los enunciados métodos, permitió la integralidad de los criterios de análisis y los resultados derivados del proceso que se apoyó en la técnica de entrevistas semiestructuradas y comprendió de igual forma la definición operacional de las variables.

En los resultados del trabajo de campo de investigación relució la notable influencia de las condiciones de conflicto y guerra en las naciones de Siria y Líbano como motor de inmigración por parte de los habitantes de los pueblos del territorio, quienes tras unas lecciones culturales apreñadas desde la familia fueron replicables a la vida en los territorios que los acogían tras la inmigración, estas lecciones determinaron su capacidad de establecer relaciones sociales, crear lazos de trabajo y normalizar la comunicación con otros árabes (capital social). Ambos factores tanto culturales como sociales también fueron aplicados en los emprendimientos que se desarrollaron como medio de subsistencia, motivados por el deseo de superación, el asumir nuevos retos y la iniciativa ante las dificultades que conllevó la inmigración.

Así mismo, la cultura representa una característica innata de los seres humanos y generalmente es aprendida desde la familia como institución social, se definen las lecciones vividas y aprendidas desde la cultura que son replicables hacia las organizaciones emergentes de los emprendimientos de los inmigrantes palestinos, sirios y libaneses. Un aporte de esta investigación ha sido también conocer que la gastronomía es parte esencial del relacionamiento cultural con los locales, y les permitió abrir sus puertas y dar a conocer al verdadero árabe, que no sirve en platos individuales, sino en grandes bandejas donde todos comparten, demostrando

una vez más que la organización familiar es la principal en la vida de un inmigrante árabe. Pueden concebirse estos aprendizajes culturales, como el factor distintivo generador de permanencia y sostenibilidad; pues a la final lo que comparten los tres grupos analizados es la memoria histórica de una salida repentina de sus países, y la necesidad en hacer del devenir en América, el sueño de ellos y de los que quedaron en sus países.

La comprensión del proceso de migración árabe hacia diferentes territorios, toma como punto de partida el entendimiento de las condiciones sociopolíticas y económicas de Siria, Líbano y Palestina durante tres momentos históricos. Ha sido un principal motivante de la migración, la situación de conflicto y dominación por parte de los imperios en la región del levante mediterráneo; en este sentido, se puede afirmar que los árabes han tenido la necesidad de aprender y de adaptarse a cada modelo de liderazgo impuesto a través del tiempo por partes de los diferentes imperios, esto ha creado en los árabes una memoria histórica colectiva, la cual es la base para el asentamiento en el territorio colombiano.

Desde las PYMES, el proceso de emprendimiento por parte de los árabes, aparece paulatinamente, luego que los nuevos inmigrantes logran conocer la dinámica del país, su entorno social, laboral y político, queda demostrado que la cultura propia emanada de la crianza, representa un importante centro de acopio de lecciones y estrategias que han contribuido a una mejora de prácticas, aportantes a su desarrollo y permanencia en los diferentes centros de ubicación en el territorio colombiano; es destacable que en el proceso de adaptación del inmigrante árabe tras su inmersión en un nuevo contexto, hay aspectos de la cultura propia que se mantienen y que en las organizaciones queda permeado, asunto que afecta las iniciativas de cambio y que surgen luego de décadas o de modelos preestablecidos por el estado.

Para el entendimiento de la organización, es necesario dimensionar al individuo que constituye y lidera su identidad corporativa, en el caso de las PYMES asociadas a la comunidad árabe de Barranquilla, es sobresaliente su marcada orientación hacia el sector comercial y gastronómico, ubicándose sus unidades de negocio, mayoritariamente como empresas familiares de corte patriarcal y una acentuada racionalidad en el uso de los recursos, principios que se enmarcan en la cultura propia de cada emprendedor y que se socializa de generación en generación, al igual que los capitales heredados con el crecimiento de la organización.

Estar inmersos en un nuevo contexto, representó para el inmigrante hacer frente a nuevas condiciones en contraste con las de su territorio de origen, este proceso se caracterizó por la adaptación y aprendizaje de nuevas costumbres y tradiciones como: idioma, estilo laboral, regulación legal, entre otros. Esta aculturación presente en la comunidad árabe, es evidencia de la inmersión social de los nuevos ciudadanos en el contexto colombiano y en la ciudad de Barranquilla, es destacable como bajo el testimonio de inmigrantes y descendientes participantes en la investigación, concuerdan que la gastronomía árabe ha representado una estrategia de inserción en el territorio local, facilitando a los barranquilleros la identificación, asociación y posicionamiento de los árabes en la ciudad, así como en sectores de la salud, política, construcción, textil y otros más.

Como reflexión final, se expone lo relevante que ha sido en la representación de la comunidad árabe de la ciudad de Barranquilla, su proceso de asimilación y de la integración con la nueva sociedad, esto les ha permitido seguir avanzando y participando en todos los sectores económicos. Los árabes en Barranquilla trascendieron sus conflictos y diferencias religiosas presentes en la cultura de origen, para reconocer a otros árabes en la ciudad como paisanos,

hermanos o primos. Aquí no se presentan sesgos por la religión, y musulmanes, cristianos y católicos conviven en paz y respeto.

El campo de la inmigración en Colombia no solo está limitado a la comunidad árabe, la nación se caracteriza por su diversidad cultural y pluriétnica en diferentes territorios, igualmente por su capacidad de acoger diferentes comunidades de inmigrantes y aportar a su integración dentro de la sociedad. Se encuentran múltiples posibilidades de analizar y examinar los orígenes culturales y sociales de otros grupos étnicos contribuyentes al empresariado en las ciudades, que aportan al desarrollo económico y social de Colombia, un país de puertas abiertas a la globalización y al fortalecimiento de las capacidades a través de las relaciones humanas.

En futuras investigaciones pueden ser analizadas las mismas variables de investigación, teniendo en cuenta otros territorios que funcionaron de centro de acopio en la inmigración árabe, bienvenido el debate en materia de cultura y capital social y su incidencia en el emprendimiento en las diferentes comunidades que se han originado desde las civilizaciones y el intercambio cultural en el mundo.

REFERENCIAS

- Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 7(2) 187-197.
- Aguirre, A. y Pinto, M. (2006). Asociatividad, capital social y redes sociales. *Revista Mad*. 15. pp. 74-92.
- Allaire, Y. y Firsirotu, M. (1984). Theories of organizational culture. *Organization Studies*. 5(3). pp. 193-226.
- Angulo, M. y Santana, L. (1993). El desarrollo de la personalidad emprendedora, un programa de formación empresarial no convencional. *Revista EAN*, (20), 34-41.
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras. (2012). *Asociación Nacional de Instituciones Financieras - Centro de estudios financieros*. Obtenido desde: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/GranEncuesta%20I-2012.pdf>
- Astudillo, N. (2008). *Apuntes sobre la inmigración sirio-libanesa en Colombia*. Obtenido desde: <http://www.nodo50.org/csca/agenda08/misc/arti48.html>
- Atehortúa, F., Bustamante, R. y Valencia, J. (2008). *Sistemas de gestión integral: Una sola gestión, un solo equipo*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Ballén, M., Pulido, R. y Zúñiga, F. (2007). *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa: teorías, procesos y técnicas*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Baquerizo, J. S. (2012). Es la humanidad, estúpido. *Polemika*, 9(1), pp. 10-13.
- Baranger, D. (2004). *Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120.

- Behaine, G. *et al.* (2011). *Los árabes en Colombia*. Recuperado desde el Ministerio de Cultura de Colombia, disponible en: <http://goo.gl/GyVL3E>
- Berger, B. (1991). *The culture of modern entrepreneurship*. San Francisco: ICS Press.
- Bertalanffy, L. V. (2006). *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo y aplicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bevan, M. (2014). A method of phenomenological interviewing. *Qualitative Health Research*, 24(1), pp. 136-144.
- Bosemberg, L. E. (2009). El conflicto Palestino-israelí. Una propuesta para la negociación. *Colombia internacional*, (69), 142-161.
- Bourdieu, P. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 30(30). pp. 3-6.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. Notes provisoires. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. (31). pp. 1-2
- Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. *Intelectuales, política y poder*. pp. 65-73
- Briones, G. (1996). *Epistemología de las ciencias sociales*. Bogotá D.C: ICFES-ASCUN.
- Cameron, K. y Quinn, R. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture*. USA: Jossey-Bass.
- Carpenter, M., Li, M. y Jiang, H. (2012). Social network research in organizational contexts: A systematic review of methodological issues and choices. *Journal of management*. 38(4). pp. 1328-1360.
- Christensen, M.A. (1994). *The identification of business starters using attitude measurements*. Calgary: Universidad de Calgary
- Cole, A. H. (1999). *Business enterprise and its social setting*. USA: Harvard Business Press.

- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp. 95-120.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Congreso de la república de Colombia. (2000). Ley 590, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Obtenido desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, disponible en: <http://goo.gl/Fto0H1>
- Congreso de la república de Colombia. (2004). Ley 905 por la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Obtenido desde la presidencia de la república de Colombia, disponible en: <http://web.presidencia.gov.co/leyes/2004/agosto/Ley%20No.%20905.pdf>
- Contreras, R., López, A. y Molina, R. (2011). *Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las MiPymes*. México: Pearson Educación.
- Contreras, R., López, A. y Ríos, M. (2011). *Cultura empresarial: Análisis social de los valores en la MiPyme*. México: Universidad de Guanajuato.
- Convence, M. (2012). Philosophy of phenomenology: how understanding aids research. *Nurse Researcher*, 20(1), pp. 28-32.
- Cortés, G. (1997). Confiabilidad y validez en estudios cualitativos. *Educación y ciencia*, 1(15), pp. 77-82.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among the five traditions*. California: Sage Publications.
- Cuervo, G. A. (1993). El papel de la empresa en la competitividad. *Papeles de Economía Española*, 56, pp. 363-377.

- Daft, R. (2010). *Teoría y diseño organizacional*. (10a ed.). México D.F., México: Cengage Learning.
- Davis, K. (1993). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill
- Delgado, B., Delgado, L. y Hurtado, N. (2013). Emprendimiento corporativo y capital social: un análisis de empresas intensivas en tecnología. *Revista venezolana de gerencia*. 18(61). pp. 62-85.
- Denison, D. (1991). *Cultura Corporativa y Productividad Organizacional*. Colombia: Legis.
- Díaz-Albertini, J. (2001). *Capital social, organizaciones de base y el estado: Recuperando los eslabones perdidos de la sociabilidad*. En CEPAL (presidencia). Conferencia Regional sobre capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile, Chile.
- Donaldson, T. (1996). Values in tension: ethics away from home. *Harvard Business Review*, pp. 48-62.
- Dowling, M. (2007). From Husserl to Van Manen. A review of different phenomenological approaches. *International Journal of Nursing Studies*, (44), pp. 131-142.
- Drucker, P. (1986). *Innovation and Entrepreneurship*. Nueva York: Harper & Row.
- Druckman, D., Singer, J. y Van Cott, H. (1997). *Enhancing organizational performance*. Washington D.C., USA: National Academy Press.
- Ehlen, C., Van der Klink, M. y Boshuizen, H. (2015). *Co-creation of innovation: investment with and in social capital*. Maastricht: Open Universiteit.
- Estrada, R. y Sánchez, V. G. (2009). Herramientas estratégicas en la pyme y su efecto en la planeación y el rendimiento: Una evidencia empírica. *Revista Economía*, 26(03), pp. 1-16.
- Etkin, J. (2007). *Capital social y valores en la organización sustentable*. Buenos Aires: Granica

- Fawcett, L. (1991). *Libaneses, palestinos y sirios en Colombia*. Barranquilla. Centro de Estudios Regionales - CERES, Universidad del Norte.
- Finch, J., Freeman, E. y Gilbert, D. (1996). *Management*. Virginia: Prentice Hall.
- Finkelstein, N. (2003). *Imagen y realidad del conflicto palestino-israelí*. Madrid, España: Ediciones AKAL.
- Fleury, J. (2002). *La culture*. Paris: Bréal.
- Fornoni, M. y Foutel, M. (2004). *El círculo virtuoso: capital social - emprendedores*. En: Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., Torre, A. y Cerver, E. El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I (pp. 421-431). Valencia: Universitat de Valencia.
- Franco, R. (2001). *Sociología del desarrollo, políticas sociales y democracia*. México D.F: Siglo XXI
- Gabriel, S. y Gardner, W. L. (1999). Are there "his" and "hers" types of interdependence? The implications of gender differences in collective versus relational interdependence for affect, behavior, and cognition. *Journal of personality and social psychology*, 77(3), pp. 642-655.
- Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo editorial Universidad EAFIT.
- Gallagher, S. y Sorensen, J. B. (2006). Experimenting with phenomenology. *Consciousness and Cognition*, 15(1), pp. 119-134.
- Gálvez, E. y García, D. (2011). Cultura organizacional y rendimiento de las MiPymes de mediana y alta tecnología: un estudio empírico en Cali, Colombia. *Cuadernos de administración*. 24(42). pp. 125-145.
- Gómez, F. y Abreu, J. L. (2007). Valores que un emprendedor debe ejercer al crear su empresa. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 3(2), pp. 124-148.

- García, C., Martínez, A. y Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), pp. 31-48.
- García, J., Álvarez, P. y Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de Pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), pp. 951-974.
- Gartner, W. (1989). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 2(178), 47-67.
- Gerschenkron, A. (1974). *Atraso económico e industrialización*. Barcelona: Ariel.
- Gibb, A. A. (1987). Enterprise Culture - Its meaning and implications for education and training. *Journal of European Industrial training*. 11(2). pp. 2-38.
- Giddens, A. (2000). *Sociología*. (3a ed.). Madrid, España: Alianza Editorial.
- González L. (1998) *Palestinos, sirios y libaneses en el Chocó, cien años de presencia económica y cultural*. Boletín Cultural y Bibliográfico. 34 (44). pp. 73-101.
- Gordon, S. (2005). Confianza, capital social y desempeño de organizaciones. Criterios para su evaluación. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*. 47(193). pp. 41-55.
- Hayek, F. (1944). *The road to serfdom*. Reino Unido: Routledge Press.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona: Ed. Paidotribo
- Hernández, G. y Mendoza, L. (2011). Evaluación de las capacidades tecnológicas y administrativas de las Pymes exportadoras en la ciudad de Barranquilla. En V. autores, *Memorias De I Encuentro Internacional De Investigadores En Administración de Empresas* (pp. 26-31). Bogotá: Departamento De Publicaciones De La Universidad Externado.

- Hernández, J. (2013). La educación empresarial para el emprendedor cultural. *Fórum Empresarial*, 18(2), pp. 73-97.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). México: McGraw Hill
- Herrera, C., Inglehart, R., Baker, W. y García, N. (2002). *El capital cultural y su impacto en el desarrollo*. Texas: Centro cultural del BID.
- Hirschman, A. (1958). *The strategy of economic development*. New Haven: Yale University Press.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Hoffman, S. (2014). *Culture: the crucial factor in Hazard, Risk and Disaster Recovery: the anthropological perspective*. A. Collins, S. Jones, B. Manyena, J. Jayawickrama & J. Shroder (eds.). *Hazards, Risks, and Disasters in Society*. (pp. 289-306). Amsterdam, Netherlands: Elsevier Inc.
- Husenmann, S., Amat, O., Chías, J., Mateu, J. M., Planellas, M., Nueno, P. y Díez, J. (1996). *Emprender con éxito*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Husserl, E. (1995). *La filosofía en la crisis de la humanidad europea*. España: Ed. Universitat de València
- Jiménez, I. (1997). *Prólogo*. En Bourdieu, P. Capital cultural, escuela y espacio social. México: Siglo XXI.
- Julien, P. A., y Molina, R. (2012). *Una teoría sobre el emprendimiento regional en la economía del conocimiento*. Guanajuato: Pearson Educación.

- Kilman, R., Saxton, M. y Serpa, R. (1985). *Gaining control of corporate culture*. USA: Jossey-Bass.
- Kirzner, I. (1978). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Kirzner, I. (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *Review of Austrian Economics*. 11. pp. 5-17.
- Kotter, J. y Heskett, J. (1995). *Cultura de empresa y rentabilidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Kvale, S. (1996). *Interviews; An introduction to qualitative design in educational research*. San Diego: Academic Press.
- Lane, C. y Bachmann, R. (2000). *Trust within and between organizations. Conceptual issues and empirical application*. Nueva York: Oxford University Press.
- Laplantine, F. (1993). *Clefs pour l'anthropologie*. Paris: Seghers.
- Lessem, R. (1992). *Gestión de la cultura corporativa*. Madrid: Díaz de santos.
- Lewis, B. (1996). *El Oriente Próximo: dos mil años de historia*. Recuperado de Universidad de los Andes, disponible en: https://historiacritica.uniandes.edu.co/datos/pdf/data/H_Critica_16/09_Resena_02.pdf
- Lundberg, C. (2000). *Knowing and surfacing organizational culture. A consultant's guide*. New York: Marcel Dekker Inc.
- Maas, M. (2006). *Gestión cultural, comunicación y desarrollo: teoría y práctica*. México: UNAM
- Martí, J. V. (2004). Conflicto árabe-israelí. Tesis Doctoral, Universidad Jaime I, Castellón, España.

- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de competencias emprendedoras: valor social e implicaciones educativas. *REICE, Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficiencia y Cambio*, 7(3), pp. 82-98.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista IIPSI*. 9(1). pp. 123-146.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso, estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*. 20. pp. 165-193.
- Marulanda, J., Correa, G. y Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*. 66. pp.153-168.
- Marx, K. (2000) *El capital (obra completa). Crítica de la economía política*. Madrid. Ediciones Akal S.A.
- McClelland, D. C. (1967). *Achieving society*. New York: The Free Press.
- Méndez, C. (2006). Clima Organizacional en Colombia: el IMCOC: un método de análisis para su intervención. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Millán, R. y Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista mexicana de sociología*. 66(4). pp. 711-747.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2013). *Informe de exportaciones 2013*. Obtenido desde: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15815>
- Mintzberg, H. (1988). *La estructuración de las organizaciones*. España: Ariel economía.
- Mises, L. V. (2007). *Human action: A treatise on economics*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Montaño, L. (2000). *La dimensión cultural de la organización*. Elementos para un debate en América Latina (pp. 285-311). En E. De la Garza (Coordinador). *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*. México: COLMEX, FLACSO, UAM, FCE

- Montaño, L. (2010). Cambio y transferencia de modelos organizacionales. *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*, Universidad Nacional de la Plata, Argentina
- Montaño, L. (2013). *Los estudios organizacionales. Revisando el papel de la crítica en la administración*. En Carvajal, R. (ed.). Estudios críticos de la organización. ¿Qué son y cuál es su utilidad? (pp. 21-46). Cali, Colombia: Editorial Universidad del Valle.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN*, (71), pp. 70-83.
- Morcillo, P. (2007). *Cultura e innovación empresarial: la conexión perfecta*. España: International Thomson.
- Morgan, G. (1997). *Images of organizations*. New Delhi: Sage Publications.
- Morín, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Francia: Santillana.
- Mouzelis, N. (1973). *Organización y burocracia*. (3a ed.). Barcelona, España: Ediciones 62.
- Munarriz, B. (1992). *Técnicas y métodos en investigación cualitativa*. Obtenido desde el repositorio institucional de la Universidad de la Coruña, disponible en: <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/8533/1/CC-02art8ocr.pdf>
- Muñoz, A., Rosado, M. J., Vergara, N. y Wilches, M. J. (2012). Evaluación del impacto de las multinacionales en las pymes de la ciudad de Barranquilla: Realidad de las empresas vinculadas vs. la percepción de las empresas no vinculadas. *Pensamiento & Gestión*, (32), pp. 225-247.
- Naranjo, R. y Bayuelo, N. (2008). Las PYMES una oportunidad de negocios. *Escenarios*. 10. pp. 28-39.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Nydell, M. (2012). *Understanding Arabs: A contemporary guide to Arab society*. Boston, USA: Nicholas Brealey Publishing.
- OCDE (2009). *International Migration: the human face of globalization, summary in Spanish*. París, Francia: Autor. DOI: 10.1787/9789264055780-sum-es
- OIM (2006). *Glosario sobre migración, No. 7*. Ginebra, Suiza: Autor.
- Packer, M. (2013). *La ciencia de la investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad de los Andes.
- Picken, J. C. (2017). From founder to CEO: An entrepreneur's roadmap. *Business Horizons*, 60(1), pp. 7-14.
- Pinillos, M. J. y Reyes, L. E. (2007). Influencia de la cultura individualista-colectivista en la creación de empresas. En *XX Congreso Anual de AEDEM*, Palma de Mallorca, España.
- Plascencia, J. R. (2005). Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam. *Acta republicana política y sociedad*. 4(4). pp. 21-36.
- Portal de Dinero. (20 de diciembre de 2011). En 2011 se crearon 227.555 nuevas empresas. *Revista dinero*. Disponible en: <http://goo.gl/QjZrzA>
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- Putnam, R. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of democracy*. 6(1). pp. 65-78.
- Ravier, A. (2006). Hacia un estudio comparativo de las teorías económicas defendidas por Joseph Schumpeter y Ludwig Von Mises. *Libertas*. 23(44). pp. 253-329.
- Rendón, M. (2007). *Cultura e institución. El caso de una pequeña empresa familiar*. México, Iztapalapa: Universidad Autónoma Metropolitana. pp. 208-210

- Restrepo, I. (2004). Encuentro entre dos Mundos: La Migración Árabe en Colombia. *Observatorio De Análisis De Los Sistemas Internacionales*. pp. 181-215.
- Rodrigo, S. (s.f.). *¿Qué es el mundo árabe?* Disponible en: <http://entrefronteras.com/que-es-el-mundo-arabe/>
- Rodríguez, A. (2003). *La realidad de la PYME Colombiana*. Bogotá: Fundes Internacional.
- Román, R., Gómez, A. y Smida, A. (2013). El capital social organizacional de la pequeña empresa innovadora. Un ensayo de medición en las ciudades de Cali y Medellín. *Estudios gerenciales*. 29(128). pp. 356-367.
- Ruiz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa 5ª edición*. Bilbao: Deusto.
- Rye, D. (1998). *How to Start and Operate a Successful Business: Winning the Entrepreneurial Game*. Avon, MA: Adams Media Corporation.
- Saiz, J. E. y Rangel, S. (2008). Capital social: una revisión del concepto. *Revista CIFE*. (13). pp. 250-263.
- San Martín, J. (2005). *La estructura del método fenomenológico*. Madrid: Ed. UNED.
- Sayago, S. (2014). El análisis de discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales. *Cinta de Moebio*, (49), pp. 1-10.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo*. España: Plaza & Janes.
- Schein, E. (2010). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey Bass.
- Schumpeter, J. (2010a). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper y Brothers.
- Schumpeter, J. (2010b). *The obsolescence of the entrepreneurial function*. New York: Harper y Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1989). *Economic theory and entrepreneurial history*. Cambridge: Harvard University Press.

- Schumpeter, J. A. (2003). *Capitalism, socialism and democracy*. London, UK: Taylor & Francis.
- Sharab, M. N. (2012). Estudio lingüístico cultural del árabe palestino actual. *Tesis doctoral*, Universidad de Granada, España.
- Simon, H. (2013). *Administrative Behavior*. (4a ed.). New York: The Free Press.
- Stebi, M. (2003). Identidad cultural: apropiación y redescubrimiento de los inmigrantes árabes y sus descendientes en el distrito de Barranquilla. *Tesis de grado*. Universidad del Norte, Barranquilla.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*. 28(3). pp. 339-358
- Spinosa, C., Flores, F. y Dreyfus, H. L. (1999). *Disclosing new worlds: Entrepreneurship, democratic action, and the cultivation of solidarity*. Massachusetts, USA: MIT Press.
- Stanek, O. (2008). *Capital social y redes sociales: introducción a una reflexión crítica*. Publicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Newsletter 10.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *Diccionario de la investigación científica*. México: Editorial Limusa.
- Triandis, H. (2004) The many dimensions of culture. *Academy of Management Executive*. (18) 1. pp. 88-93.
- Triandis, H. y Suh, E. (2002) Cultural influences on personality. *Annual review of psychology*. (53). pp. 133-160
- Ugalde, N. (2013). Capital intelectual, características del emprendedor e innovador. El caso de las MiPymes costarricenses. *Tesis doctoral*, Universidad de Valencia, España.

- Ulanovsky, A. (2013). *La batalla global, Israel y los conflictos en Medio Oriente en la era de Internet*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Dunken
- Universidad Santo Tomás. (2010). *Desarrollo y cultura empresarial*. Obtenido desde la universidad santo tomas, disponible en: <http://goo.gl/JleJMd>
- Urbiola, A. (2004). *Cultura y comunicación en organizaciones de ahorro y crédito popular, un caso de institucionalización de mitos racionales y convergencia simbólica. Tesis doctoral*. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa-México.
- Urbiola, A., Verano, A. y Castillo, C. (2013). *Cambio cultural y construcción de identidad laboral*. Congreso 2013 de la asociación mexicana de estudios del trabajo AMED. México: UNAM
- Urteaga, E. (2013). *La teoría del capital social de Robert Putnam: originalidad y carencias. Reflexión Política*. 15(29). pp. 44-60.
- Varela, R. (2004). *Innovación empresarial*. Bogotá: Pearson.
- Vargas, J. (s.f). *La culturocracia organizacional en México*. México: Juan Carlos Martínez Coll.
- Vásquez, E. (2006). *El mundo árabe*. Obtenido el 18 de abril de 2014 desde la Universidad de Puerto Rico de Humacao, disponible en: <http://goo.gl/nKZhGy>
- Vásquez, R. (2011). *Antecedentes del emprendimiento – caso colombiano. Revista Unaciencia*, (7), pp. 24-32.
- Vélez, D., Holguín, H., De la Hoz, A., Durán, Y. y Gutiérrez, I. (2008). *Dinámica De La Empresa Familiar PYME*. Bogotá: Fundes Internacional.
- Vesper, K. H. (2010). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Viloria, J. (2003). *Lorica, una colonia árabe a orillas del río Sinú*. Obtenido el 26 de abril desde el Banco de la República, disponible en: <http://goo.gl/gg7VgV>

- Wallace, A. (1970). *Culture and personality*. New York: Random House.
- Weber, M. (1990). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yidi, E., David, K. y Lizcano, M. (2007). *La migración árabe en la construcción cultural del departamento del Atlántico (1905-2005)*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Yin, R. K. (1994). *Case study research: design and methods*. California: Sage Publications.
- Zalpa, G. (2002). La cultura en las organizaciones empresariales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. 8(15). pp. 9-33.
- Zapata, A. y Rodríguez, A. (2008). *Gestión de la cultura organizacional: bases conceptuales para su implementación*. Cali: Universidad del Valle.

ANEXOS

Anexo 1. Guía para entrevistas

Fecha
Lugar
Recursos de respaldo
✓ Grabadora
✓ Videocámara
Tiempo de duración
60- 90 minutos con cada grupo.

- **Identificación del moderador**

Nombre del moderador
Prince Luz Torres Salazar
Nombre del observador

- **Objetivos**

Objetivos de la investigación
✓ Identificar los rasgos del emprendimiento presentes en las PYMES palestinas y sirio-libanesas del sector comercial de Barranquilla.
✓ Explorar las características del capital social de las PYMES palestinas y sirio-libanesas y los factores influyentes en su desempeño y permanencia.
✓ Determinar las propiedades asociadas a la cultura y la tradición de los líderes emprendedores de las PYMES palestinas y sirio-libanesas en Barranquilla.
Objetivo de la entrevista
Analizar las características del proceso de emprendimiento, el capital social y la cultura de las PYMES del sector comercial en la comunidad palestina, siria y libanesas de Barranquilla, Colombia.

- **Participantes**

- **Preguntas temáticas**

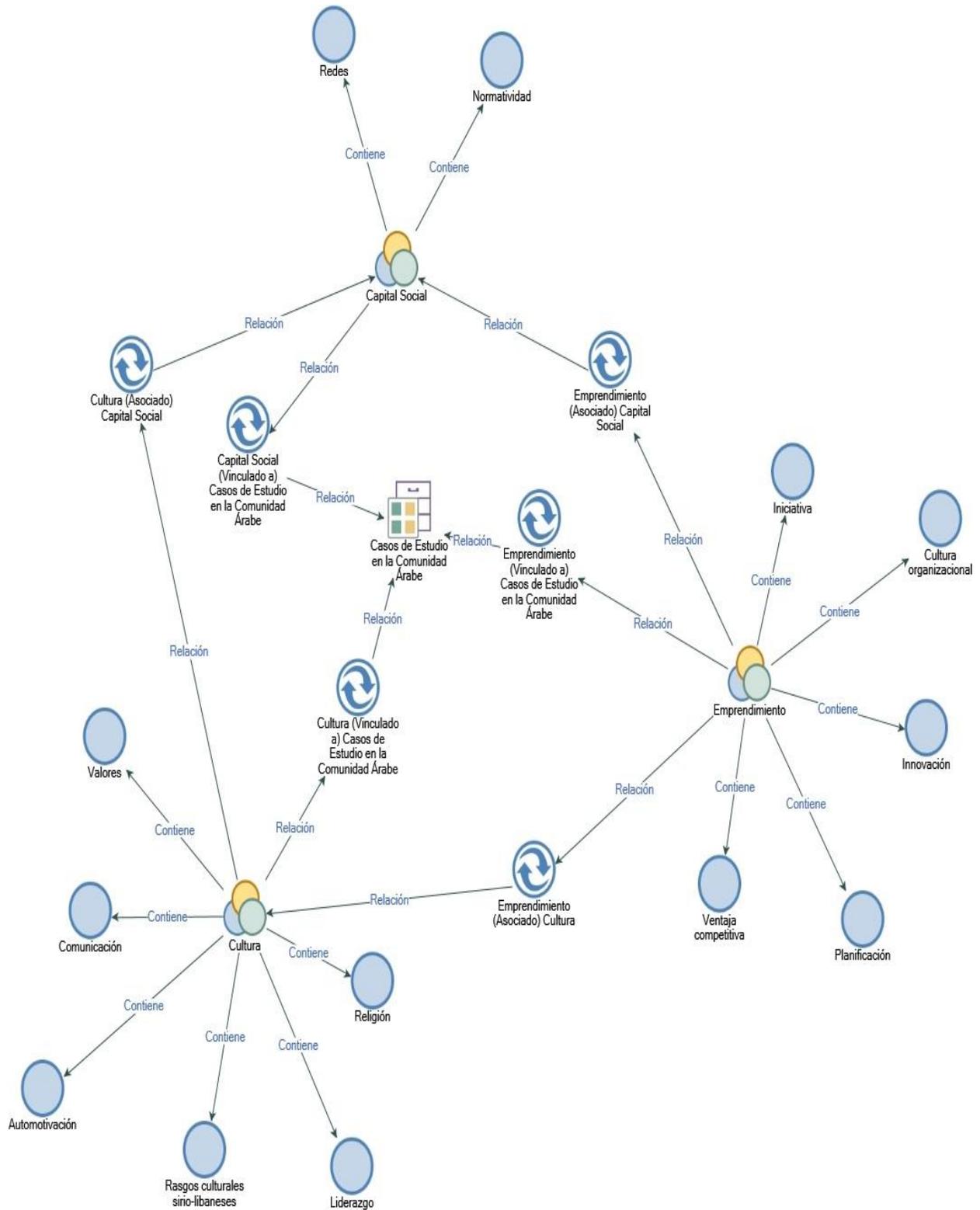
DIMENSIÓN	PREGUNTAS
Emprendimiento	1. Cuándo tienen una iniciativa de negocio, ¿Qué tipo procesos realizan para llevarla a la realidad?
	2. ¿Qué los llevo a escoger el tipo de actividad económica de su empresa?
	3. Cuándo una persona se vincula laboralmente a su empresa, ¿qué conjunto de valores y creencias deben conocer e interiorizar para adaptarse?
	4. ¿Qué procesos de innovación ha implementado en los últimos 5 años?

DIMENSIÓN	PREGUNTAS
Cultura	5. ¿Qué aspectos de la cultura árabe influyen en su comportamiento como emprendedores?
	6. ¿Qué características tienen los líderes palestinos, sirios y libaneses?
	7. ¿Qué factores afectan la asociatividad o el individualismo de los palestinos, sirios y libaneses en grupos informales?
	8. ¿Cómo influye la religión en la conducta de la comunidad?
	9. ¿Cómo manejan el tema de la comunicación fuera de su cultura (país)?
Capital social	10. ¿De qué manera se crean lazos de trabajo?
	11. ¿Qué cualidades y/o aptitudes deben tener las personas que entran a laborar en su empresa?

- **Lista de chequeo (evaluación del observador)**

ELEMENTOS PRESENTES EN LA ENTREVISTA	SI	NO
Lugar adecuado en tamaño y acústica.		
Lugar neutral de acuerdo con los objetivos de la entrevista		
El moderador respeta los tiempos para que el entrevistado desarrolle el tema		
El moderador escucha y utiliza la información que está siendo recogida		
Se cumplen con los objetivos planeados para la reunión		
Se abordan todas las dimensiones de la investigación		
Se explican los objetivos y metodología de la reunión a los participantes		
Reunión entre 60 y 90 minutos		
Registro de la información (grabadora o filmadora)		

Anexo 2. Estructura general del proyecto



Fuente: Elaboración propia desde el software NVivo 11.0

Anexo 3. Pantallazos del manejo de NVivo

Proyecto Final Doctorado.nvp - NVivo Pro

ARCHIV INICIO CREAR DATOS ANALIZAR CONSULTA EXPLORAR DISEÑO VER

Ir Actualizar Abrir Propiedades Editar Pegar Copiar Cortar Fusionar

Espacio de trabajo Elemento Portapapeles Formato Párrafo Estilos Restablecer configuración Edición Corrección

Buscar Buscar en Nodos Buscar ahora Borrar Búsqueda avanz

Nodos

Nombre	Recursos	Referencias	Creado el	Creado por	Modificado el	Modificado por
Automotivación		28	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:27 p.m.	VMEJ
Comunicación		29	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:32 p.m.	VMEJ
Cultura organizacional		30	26/02/2016 10:48 a.	PTORRES	09/04/2017 08:31 p.m.	VMEJ
Iniciativa		29	26/02/2016 10:48 a.	PTORRES	09/04/2017 08:28 p.m.	VMEJ
Innovación		28	26/02/2016 10:48 a.	PTORRES	09/04/2017 08:03 p.m.	VMEJ
Liderazgo		28	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:05 p.m.	VMEJ
Normatividad		28	26/02/2016 10:50 a.	PTORRES	09/04/2017 08:01 p.m.	VMEJ
Planificación		30	26/02/2016 10:48 a.	PTORRES	09/04/2017 08:28 p.m.	VMEJ
Rasgos culturales árabes		30	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:32 p.m.	VMEJ
Redes		30	26/02/2016 10:50 a.	PTORRES	09/04/2017 08:23 p.m.	VMEJ
Religión		30	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:19 p.m.	VMEJ
Valores		30	26/02/2016 10:49 a.	PTORRES	09/04/2017 08:32 p.m.	VMEJ
Ventaja competitiva		28	26/02/2016 10:48 a.	PTORRES	09/04/2017 08:31 p.m.	VMEJ

VMEJ 13 elementos

Nodos del proyecto (Variables intermedias de investigación), Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Proyecto Final Doctorado.nvp - NVivo Pro

ARCHIV INICIO CREAR DATOS ANALIZAR CONSULTA EXPLORAR DISEÑO VER

Ir Actualizar Abrir Propiedades Editar Pegar Cortar Copiar Fusionar

Espacio de trabajo Elemento Portapapeles Formato Párrafo Estilos Restablecer configuración Edición Corrección

Recursos Buscar Buscar en Elementos inter Buscar ahora Borrar Búsqueda avanz

Elementos internos

Nombre	Nodos	Referencias	Creado el	Creado por	Modificado el	Modificado por
Caso A	13	61	25/02/2016 02:16 p.m.	PTORRES	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso B	13	84	25/02/2016 02:27 p.m.	PTORRES	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso C	13	45	25/02/2016 02:35 p.m.	PTORRES	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso D	13	65	25/02/2016 02:42 p.m.	PTORRES	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso E	13	47	02/04/2017 04:19 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso F	13	75	02/04/2017 04:37 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso G	13	36	02/04/2017 04:51 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso H	12	29	02/04/2017 07:41 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso I	13	27	02/04/2017 05:09 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso J	11	27	02/04/2017 05:20 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso K	11	32	02/04/2017 05:30 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso L	13	39	02/04/2017 07:41 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso M	12	39	02/04/2017 05:40 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso N	11	31	02/04/2017 07:42 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso O	12	31	02/04/2017 06:22 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso P	13	53	02/04/2017 07:43 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso Q	13	36	02/04/2017 06:40 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso R	13	58	02/04/2017 06:54 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso S	12	34	02/04/2017 07:44 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso T	13	51	02/04/2017 07:05 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso U	13	54	02/04/2017 07:46 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso V	11	33	02/04/2017 07:56 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ

VMEJ 30 elementos

Primera parte de los casos de estudio de la investigación, Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Proyecto Final Doctorado.nvp - NVivo Pro

ARCHIV INICIO CREAR DATOS ANALIZAR CONSULTA EXPLORAR DISEÑO VER

Ir Actualizar Abrir Propiedades Editar Pegar Cortar Copiar Fusionar

Espacio de trabajo Elemento Portapapeles Formato Párrafo Estilos Restablecer configuración Edición Corrección

Recursos

Elementos internos Elementos externos Memos Matrices de marcos de trabaj

Buscar Buscar en Elementos inter Buscar ahora Borrar Búsqueda avanzada

Elementos internos

Nombre	Nodos	Referencias	Creado el	Creado por	Modificado el	Modificado por
Caso W	13	64	02/04/2017 08:04 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso X	13	53	02/04/2017 08:17 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso Y	13	74	02/04/2017 08:29 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso Z	13	39	02/04/2017 08:44 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso ZA	13	41	02/04/2017 08:54 p.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso ZB	13	27	09/04/2017 01:47 a.m.	VMEJ	09/04/2017 04:18 p.m.	VMEJ
Caso ZC	13	62	09/04/2017 02:50 a.m.	VMEJ	09/04/2017 07:06 p.m.	VMEJ
Caso ZD	13	79	09/04/2017 07:28 p.m.	VMEJ	13/04/2017 11:09 a.m.	VMEJ

Recursos

Nodos

Clasificaciones

Colecciones

Consultas

Informes

Mapas

Carpetas

VMEJ 30 elementos

Segunda parte de los casos de estudio de la investigación, Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Proyecto Final Doctorado.nvp - NVivo Pro

ARCHIV INICIO CREAR DATOS ANALIZAR CONSULTA EXPLORAR DISEÑO VER

Búsqueda avanzada Asistente de consultas Búsqueda de texto Frecuencia de palabras Codificación Matriz de codificación Comparación de codificación Compueta Consulta más reciente Agregar a lista de palabras vacías Ejecutar consulta Guardar resultados de consulta Otras acciones

Recursos < Elementos internos

Elementos internos Elementos externos Memos Matrices de marcos de trabaj

Recursos Nodos Clasificaciones Colecciones Consultas Informes Mapas Carpetas

VMEJ 750 elementos

Comparación de codificación

Comparar codificación hecha por dos usuarios o grupos de usuarios.

Recurso	Carpeta de	Tamaño del	Acuerdo (A y B (%)	No A y no	Desacuer	A y no B (By no A (
Caso A	Elementos	12658 cara	97,01	0	97,01	2,99	0	2,99	
Automot	Caso B	Elementos	26545 cara	94,12	0	94,12	5,88	0	5,88
Automot	Caso C	Elementos	7846 caract	83,55	0	83,55	16,45	0	16,45
Automot	Caso D	Elementos	18754 cara	94,96	0	94,96	5,04	0	5,04
Automot	Caso E	Elementos	5669 caract	90,86	0	90,86	9,14	0	9,14
Automot	Caso F	Elementos	14960 cara	94,85	0	94,85	5,15	0	5,15
Automot	Caso G	Elementos	8637 caract	96,06	0	96,06	3,94	0	3,94
Automot	Caso H	Elementos	2571 caract	94,36	0	94,36	5,64	0	5,64
Automot	Caso I	Elementos	6809 caract	97,24	0	97,24	2,76	0	2,76
Automot	Caso J	Elementos	2728 caract	97,4	0	97,4	2,6	0	2,6
Automot	Caso K	Elementos	5650 caract	94,96	0	94,96	5,04	0	5,04
Automot	Caso L	Elementos	7537 caract	97,16	0	97,16	2,84	0	2,84
Automot	Caso M	Elementos	3202 caract	100	0	100	0	0	0
Automot	Caso N	Elementos	2344 caract	94,54	0	94,54	5,46	0	5,46
Automot	Caso O	Elementos	3307 caract	92,86	0	92,86	7,14	0	7,14
Automot	Caso P	Elementos	5530 caract	93,89	0	93,89	6,11	0	6,11
Automot	Caso Q	Elementos	4771 caract	93,94	0	93,94	6,06	0	6,06
Automot	Caso R	Elementos	14823 cara	97,44	0	97,44	2,56	0	2,56
Automot	Caso S	Elementos	7438 caract	96,54	0	96,54	3,46	0	3,46
Automot	Caso T	Elementos	18083 cara	90,35	0	90,35	9,65	0	9,65
Automot	Caso U	Elementos	7173 caract	91,22	0	91,22	8,78	0	8,78
Automot	Caso V	Elementos	4660 caract	100	0	100	0	0	0
Automot	Caso W	Elementos	14383 cara	96,73	0	96,73	3,27	0	3,27
Automot	Caso X	Elementos							
Automot	Caso Y	Elementos							

10:19 p.m. 14/04/2017

Resultados de la comparación de codificación, Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Anexo 4. Listado de siglas, abreviaturas y acrónimos

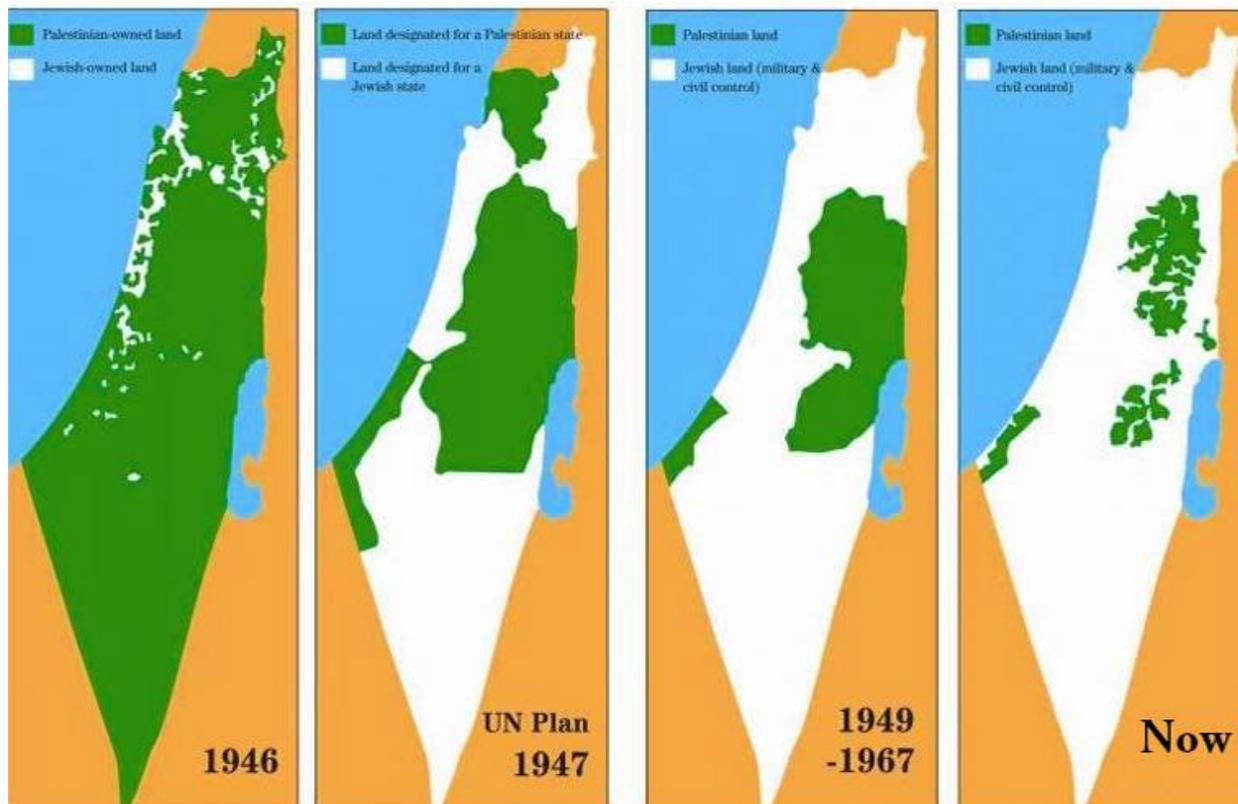
SIGLA	DEFINICIÓN
ACOPI	Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias
ANIF	Asociación Nacional de Instituciones Financieras
BANCOLDEX	Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CONFECAMARAS	Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
IBM	<i>International Business Machine</i> (en español, Maquinas de Negocios Internacionales)
MIHOCS	Modelo Integral-Holístico de Organización, Cultura y Capital Social
MINCIT	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OIM	Organización Internacional para las Migraciones
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PIB	Producto Interno Bruto
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
SMLMV	Salario Mínimo Legal Mensual Vigente

Anexo 5. Porcentajes de acuerdo de codificación por variable

	NODO	ACUERDO (%)	DESACUERDO (%)
EMPRENDIMIENTO	Iniciativa	93,64%	6,36%
	Planificación	95,10%	4,90%
	Cultura organizacional	95,15%	4,85%
	Innovación	95,29%	4,71%
	Ventaja competitiva	91,91%	8,09%
CULTURA	Rasgos culturales árabes	74,60%	25,40%
	Liderazgo	92,43%	7,57%
	Automotivación	93,67%	6,33%
	Comunicación	92,72%	7,28%
	Valores	92,00%	8,00%
	Religión	90,91%	9,09%
CAPITAL SOCIAL	Redes	90,76%	9,24%
	Normatividad	93,21%	6,79%

Fuente: Elaboración propia a partir del software NVivo

Anexo 6. Evolución del territorio de Palestina



Fuente: Activist News Australia (2016), recuperado de: <https://www.activist-news.com/what-is-zionism/>