

EMPRESAS DE FAMILIA DESDE LA PERSPECTIVA DEL OCIO PRODUCTIVO

FAMILY COMPANIES FROM THE PERSPECTIVE OF PRODUCTIVE LEISURE

Wilfrido de Jesús Primo Tapia ¹

¹ Magíster en Desarrollo Empresarial de la Universidad del Magdalena. Doctorando en Ciencias Económicas Universidad del Zulia, Docente: Universidad de Cartagena y Universidad Tecnológica de Bolívar, Colombia. Email: wprimot@unicartagena.edu.co; wprimot@unitecnologica.edu.co. ORCID: orcid.org/0000-0002-5827-929X

Recibido: 27/10/2018

Aceptado: 31/12/18

RESUMEN

En este trabajo se aborda el tema de las Empresas familiares, su importancia para el desarrollo económico y social de los países, resaltando aspectos como la contribución al PIB, la generación de empleo, entre otras; pero sobre todo mostrar aquellas que se han sobrevivido a muchos cambios en las generaciones, haciendo una comparación entre las más antiguas del mundo con Latinoamérica y Colombia. Finalmente, se analiza el vínculo de las empresas familiares con las actividades de ocio productivo, es decir, con actividades económicas como hotelería, producción de cervezas, diversión y otras conexas a esta.

Palabras clave: Empresa Familiar, Desarrollo económico, Ocio productivo

ABSTRACT

This paper deals with the topic of family business, its importance for the economic and social development of countries, highlighting aspects such as contribution to GDP, employment generation, among others; but above all to show those that have survived many changes in the generations, making a comparison between the oldest in the world with Latin America and Colombia. Finally, the link between family businesses and productive leisure activities is analyzed, that is, with economic activities such as hotels, beer production, entertainment and other related activities.

Key words: Family Business, Economic Development, productive Entertainment

INTRODUCCIÓN

Alguna vez los miembros de las familias producían los bienes y servicios para su sustento, construían sus viviendas cultivaron sus alimentos y se entretenían entre ellos. (McEachern, 1998) No obstante, con el tiempo, la eficiencia que surge de las ventajas comparativas exige la especialización entre los oferentes de recursos, en la tarea en que tengan un menor costo de oportunidad. De esta manera cada individuo requería de fabricar un bien o servicio tendría que hacer varios acuerdos en los que se gastaría gran cantidad de tiempo e información y se terminaría perdiendo la eficiencia alcanzada por la especialización. Así se crean las empresas, justificada en que permiten disminuir los costos de transacción, es decir la cantidad de tiempo e información que invertiría un consumidor sólo para producir un bien o servicio. Este permite que el consumidor pueda comprar el bien a un empresario, con lo cual ayudaría a reducir los costos de transacción. (McEachern, 1998) En consecuencia las empresas, que esencialmente se concibieron como unidades familiares, especializadas en producir ciertos bienes y servicios con menor costo de transacción.

En este orden de ideas, las empresas de familia son los agentes económicos más antiguos de la humanidad, dado que nacieron para autoabastecer a sus integrantes, luego extendieron su actividad mediante el comercio y finalmente fueron incorporadas al ciclo de negocios como se le conoce actualmente. Por lo anterior, la familia, base de toda sociedad, se proyecta hasta concebir grandes ideas de negocio y empresa, que se conocen hoy como empresas familiares. Por lo anterior, las empresas de familia aparecen con el objetivo de satisfacer las necesidades de la familia y se distinguen de otros tipos de organización empresarial debido a la concentración de la propiedad está en manos de una o más familias. (Jiménez V., 2009)

Las actividades económicas de ocio han permitido el desarrollo de iniciativas empresariales familiares que buscan la diversificación bienes y servicios como el turismo que encierra actividades como alojamiento, restaurantes, tabernas, comercio, entre otros. El ocio, atrae volúmenes de demandas de servicio que multiplican las iniciativas empresariales que permitan la satisfacción de esa demanda y haciendo sinérgicas las diferentes actividades económicas del ocio. La actividad empresarial de los servicios de diversión está dirigida a prestar servicios conexos con el comercio, el turismo, hotelería, ocio y hasta con actividades como la recreación, deportes, cultura, entre otros.

El ocio como actividad productiva, contribuye al nacimiento o creación de nuevas empresas que son constituidas como empresas familiares, que generan acumulación de capital, empleo y participan en el crecimiento económico de un país. En muchos países, las actividades de ocio se asocian al turismo, la cultura entre otras. En consecuencia, las empresas familiares conexas al ocio productivo presentan gran relevancia, puesto que en gran parte se han sobrevivido por muchas generaciones hasta transformarse en importantes agentes dinamizadores de la economía, así, como grandes conglomerados económicos.

En este ordenen de ideas, este trabajo se hace un análisis comparativo de las empresas en familia en el contexto mundial y Latinoamericano, haciendo énfasis en la situación colombiana, pero resaltando los vínculos de estas empresas con las actividades económicas de ocio productivo.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Los intereses de los economistas en su contribución al pensamiento económico no son solo de se dieron en temas relacionados con la elección, la escasez y el costo de oportunidad, también han contribuido con interpretaciones sobre el papel del empresario y la firma, tal como lo demuestran en sus aportes desde las diferentes escuelas de pensamiento económico. A pesar de que sus contribuciones distan de las relacionadas con la administración y sus procesos en la organización tienen cierta influencia sobre estudios de tipo empresarial y en particular de la empresa familiar, dado los casos más comunes, desde los mercantilistas hasta hoy se fundamentan en esfuerzos de familia, lo cual, ha servido para construir una base teórica de estudios sobre las empresas familiares. Por consiguiente, estas empresas se convierten en la unidad más importante de formación del sistema empresarial industrial y económico de los pueblos e impulsa el progreso. Esto es un claro ejemplo en materia de emprendimiento empresarial, es decir, que son el resultado de pequeños emprendimientos familiares que luego crecen, pasando de una generación a otra, pero que cuyos objetivos iniciales van cambiando de la supervivencia a la búsqueda de resultados y rentabilidad.

En Colombia, los primeros estudios sobre la empresa familiar aparecen durante el período 1990-2000. Estudiosos, como Gersick, Davis, Rosas, & Lansberg y Ginebra (1997) y Leach (1999) hicieron trabajos que resaltaban los factores que determinaron al éxito o fracaso de las empresas familiares; además se la identificaron como motor de crecimiento y desarrollo económico y social. (Sandoval & Guerrero, 2010).

Actualmente, Gaitán y Castro (2001) destacan en su trabajo titulado “Sociedades en Familia en Colombia” donde presentaron información sobre la proporción de empresas familiares en algunos países del mundo, su contribución al PIB y las actividades económicas en donde se concentran. (Gaitán & Castro, 2001).

Otro autor, Gómez (2006), “se interesó por el tema de empresas de familia y su aporte relevante al crecimiento económico de los países y por su potencial de generación de empleo”, y la dinámica que genera en el desarrollo económico y empresarial. (Gómez & FCCIG, 2006).

Por lo anterior es acertado afirmar que desde los nexos entre empresas de familia y economía viene dados por aspectos vinculados el desarrollo empresarial y el económico social, pues tienen un impacto tanto en sus miembros como en el

territorio, donde están localizadas, y la dinámica de la actividad económica en general.

Desde el punto de vista del ocio, cuya preocupación desde la antigüedad griega, ha determinado en el hombre ocuparse en actividades para recrear la vida, entretenerse o divertirse. Esta condición ha permitido el desarrollo de iniciativas empresariales familiares interesadas en satisfacer el ocio. En consecuencia, el ocio es una actividad empresarial productiva que combina recursos para producir los bienes y servicios necesarios para el mercado de la diversión y el entretenimiento, denominada ocio productivo.

METODOLOGÍA

Este trabajo tiene un carácter histórico - documental, dado que pretende hacer un análisis sobre las empresas de familia relacionadas con la producción de bienes y servicios que satisfacen la necesidad de ocio, que permita mostrar la su contribución a la economía de los países; resaltando sobre todo las más viejas y las condiciones que han permitido su supervivencia al cambio generacional.

Para tal fin se recurre a instrumentos o documentos escritos sobre la historia de las empresas de familia, complementadas con documentos representativos y bibliografías sobre las actividades relacionadas para satisfacer las necesidades de ocio que desarrollan las empresas familiares. Posteriormente, se toman los aportes más significativos para el estudio, haciendo un recorrido cronológico desde Asia, Europa y América, enfatizando sobre los factores clave para el crecimiento de las economías y que han determinado su supervivencia.

El objetivo de este estudio es analizar, desde una perspectiva económica, lo determinante que son las empresas familiares para el crecimiento económico de los países, resaltando los aspectos que han permitido su supervivencia. Adicionalmente, se muestra una relación entre las actividades de las empresas familiares y el ocio productivo, es decir, como una actividad económica redituable. Por lo anterior, el trabajo, desde el punto de visto económico, trata de responder las preguntas: ¿Cómo contribuyen las empresas familiares en el desarrollo económico y social? ¿Qué condiciones han permitido la supervivencia de la empresa familiares al cambio generacional? Y ¿Qué actividades económicas de las empresas familiares se relacionan con el ocio productivo?

RESULTADOS

A continuación, se presentan los principales resultados del estudio, agrupados en seis secciones: (i) importancia económica de las empresas familiares; (ii) nacimiento de las empresas familiares en el contexto mundial; (iii) empresas familiares en el contexto latinoamericano; (iv) empresas familiares en Colombia; (v) empresas familiares y el ocio productivo y (vi) empresas familiares multinacionales.

IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS FAMILIARES

Las empresas familiares se pueden considerar la base de la economía mundial y el principal agente del sistema económico, dado que en occidente aportan más del 50% del PIB de las economías en los diferentes países y son además la primera fuente de generación de empleo. (Rabadán, 2009) Tabla 1.

En consecuencia, la importancia en el ámbito económico y social de las empresas familiares demanda el apoyo y promoción de la creación y permanencia de este tipo de unidades económicas, como estrategia para generar crecimiento y desarrollo económico. De esta manera, “se puede afirmar que, dentro del conjunto de empresas, las familiares constituyen la espina dorsal del desarrollo económico” (Gómez G., 2005).

Países	Empresas Familiares (% PIB)	Personal Ocupado (% Fuerz Laboral)	Empresas Familiares
EE.UU.	70%	85%	76%
COLOMBIA	95%	90%	88%
JAPÓN	90%	90%	92%
OTROS PAISES	70%	90%	82%

Tabla 1. Participación de las Empresas Familiares el en PIB y Personal ocupado

Fuente: Elaboración Propia, basada en Gaitán, A., & Castro, J. (2001). Sociedades de familias en Colombia. Bogotá: Superintendencia de Sociedades

En el contexto mundial, “se estima que el 80% de las empresas son de familia. En Estados Unidos corresponde al 95%, en España al 71%, en Italia al 99% y en Colombia oscila entre el 70 y 75% entre pequeñas, medianas y grandes empresas”. (Gaitán & Castro, 2005) Tabla 1.

Otro aspecto que hace la diferencia entre las empresas familiares y el resto de las empresas es la participación de las primeras en el total de los negocios por países. Tal como se aprecia en la Tabla 1, las empresas familiares contribuyen con más del 70% en los negocios de sus respectivos países, excepto en Reino Unido, cuya participación representa el 65%.

Son muchas las amenazas que enfrentan las empresas familiares que terminan por causar la pérdida del carácter familiar de las empresas y las dificultades por la falta de políticas públicas para fomentar y fortalecer la constitución y preservación de este tipo de organización. Además de los retos relacionados con la globalización, la competitividad, el mejoramiento continuo, la competencia y el mercado, que una empresa debe enfrentar, aparecen los conflictos internos generados por la estructura organizacional y por una característica particular, la combinación en un solo factor de tres elementos: familia, negocio y propiedad.

NACIMIENTO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES EN EL CONTEXTO MUNDIAL

Tratar de encontrar la génesis de las empresas o negocios de familia se remonta a épocas muy remotas, donde las familias se iniciaron en pequeñas actividades económicas. Hace más de 1500 años comenzaron en Europa y Asia, empresas, que aún viven y dan ejemplo claro sobre las condiciones, la cultura y las relaciones familiares que han permitido a cada uno de esos negocios estar vigentes (Tabla 2).

Estas empresas, antiguas, tienen varios elementos comunes como, por ejemplo, Alemania, sobresale por el negocio de la cerveza y la taberna, Suiza, en el de servicios turísticos o relacionados con la actividad hotelera y Francia e Italia en la elaboración de vinos, vidrios y papeles respectivamente. Por ello se determina que sus productos no requieren de alto grado de implementación tecnológica para generar valor.

No.	Empresa	Actividad	Funda	País	Genera-
1	Kongo Gumi *	Construcción	578	Japón	58
2	Barovier & Toso	Vidrios	1.295	Italia	29
3	Beretta	Armas	1536	Italia	20
4	John Brooke & Son	Lana	1.541	Francia	20
5	Eduardo Meir	Zapatos	1.596	Alemania	17
6	Boplaas	Agricultura	1.743	Sud África	11
7	Osborne y Compañía	Bebidas	1.772	España	10
8	Cadbury	Bebidas	1.783	Reino Unido	10
9	Tequila Jose Cuervo	Bebidas	1.795	Méjico	9
10	Hoshi Ryokan	Empresas Hotelera	718	Komatsu-Japón	52
11	Chateau Goulaine	Viñedo y museo de arte	1000	Haute Goulaine-Francia	41
12	Fonderia Pontificia Marinelli	Fabricación de campanas	1000	Agnone-Italia	41
13	Le trois rois-Drei Konige	Hotel	1026	Suiza	40
14	Weihenstephan	Cervecera	1040	Freising-Alemania	40
15	Affligem	Cervecera	1074	Bélgica	38
16	Barone Ricasoli	Producción de vino y aceite	1141	Brolio - Italia	36
17	Budvar	Cervecera	1265	República Checa	31
18	Stora-Enso	Fabricación de papeles,	1288	Suecia	30
19	Varovier & Toso	Fabricación de vidrio cristal	1295	Italia	29
20	Hotel Pilgrim Haus	Hotel-Restaurante	1304	Soest-Alemania	29
21	Richard de Bas	Procesadora de papeles de	1326	Aubert dáuvergne-	28
22	Augustiner	Cerveza	1328	Alemania	28
23	Gmachi	Hotel	1334	Austria	28
24	Franziskaner	Cervecera	1363	Munich-Alemania	27
25	Torrini Firenze	Manufactura de joyas	1369	Florenia-Italia	26
26	Lowenbrau	Cervecera	1383	Munich-Alemania	26
27	Antinori	Producción de vinos	1385	Florenia-Italia	26
28	Spaten	Cerveza	1387	Alemania	26
29	Schlenkerba	Taberna	1405	Alemania	25

30	Zum Goldenen Sternen	Hotel	1412	Suiza	25
31	Hacker-Pschorr	Cerveza	1417	Alemania	24
32	Krone	Hotel	1418	Suiza	24
33	Camuffo	Fabricación de	1438	Portogruaro-Italia	24
34	Andechs	Cervecería	1455	Alemania	23
35	Warka	Cervecería	1478	Polonia	22
36	Baronnie de Coussergues	Vino	1495	Francia	21

Tabla 2: Empresas Familiares Longevas actividad económica y países

Fuente: Elaboración Propia, basada en O'Hara T., William. (2006) Family Business - The World's Oldest Family Companies. MGA Obtenido: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html>

También se puede observar que las empresas listadas han pasado por gran número de generaciones, lo que demuestra una tradición familiar, como la empresa familiar Hoshi Ryokan, que ha pasado por 46 generaciones, las empresas italianas Antinori, productora de vinos, con 19 generaciones y Camuffo, de embarcaciones con 18 generaciones, La empresa que ocupó el primer lugar hasta año 2007, la japonesa Kongo Gumi, con 46 generaciones.

En Japón, actualmente, se encuentran empresas familiares que tiene 1300 años funcionando, pasando de mano en mano en una misma dinastía por 46 generaciones. Estas empresas se dedicaban a desarrollar actividades de hotelería, fundición, construcción, elaboración de artículos religiosos, artesanía, agroindustria y educación. En consecuencia, existen factores que pueden determinar la longevidad de las empresas. Así en la Tabla 3 se observan que 168 empresas de familia tienen más de 500 años, 2518 tiene entre 300 y 400 años y 55.937 empresas tienen entre 100 y 300 años. Ello es una muestra de que Japón es el país que tiene la mayor cantidad de empresas familiares longevas en el mundo.

No. Empresas	Años de vida
21	1000
147	500
579	400
1939	300
3937	200
52000	100

Tabla 3 Longevidad de la Empresas familiares japonesas

Fuente: Elaboración propia basada en Gaitán, A., & Castro, J. (2001). Sociedades de familias en Colombia. Bogotá: Superintendencia de Sociedades

De acuerdo con el profesor Toshio Goto, de la Universidad de Ciencias Económicas de Japón, esto es el resultado de “una mezcla entre diligencia, un sistema de gestión empresarial que se construye con bases sólidas y el compromiso familiar de continuar en el negocio con las nuevas generaciones. También cuentan aspectos como el respeto para el desafío, la comunicación, la planificación a largo plazo y hasta la religión” (El Tiempo, 2013)

Por lo anterior, siendo las empresas de familia las unidades económicas más antiguas a a través de su papel en el desempeño económico de cada país; elemento que ratifica la enorme importancia de estas empresas. Desde mucho antes de la Revolución Industrial, con una estructura organizacional muy simple y con una presencia territoriales, pasaron a convertirse en unidades económicas más complejas que se han venido integrándose a los cambios de la globalización y y extender su producción hacia otros territorios. Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, las empresas familiares han sido responsable de prácticamente todos los “milagros económicos”. (Valda, 2009)

En la actualidad, gran parte del tejido empresarial del mundo, que hacen un enorme aporte al PIB mundial, se constituyen en una alternativa para impulsar procesos de desarrollo empresarial, especialmente en economía emergentes, que proponen emprendimientos para aprovechar las potencialidades del territorio y forjar unidades empresariales que mitiguen las necesidades de las familias pobres. Estas empresas familiares son hoy una especie de salvamento en los periodos de crisis económicas, pues en los ciclos recesivos, se ajustan, aunque con poca visión, a los cambios para sobrevivir.

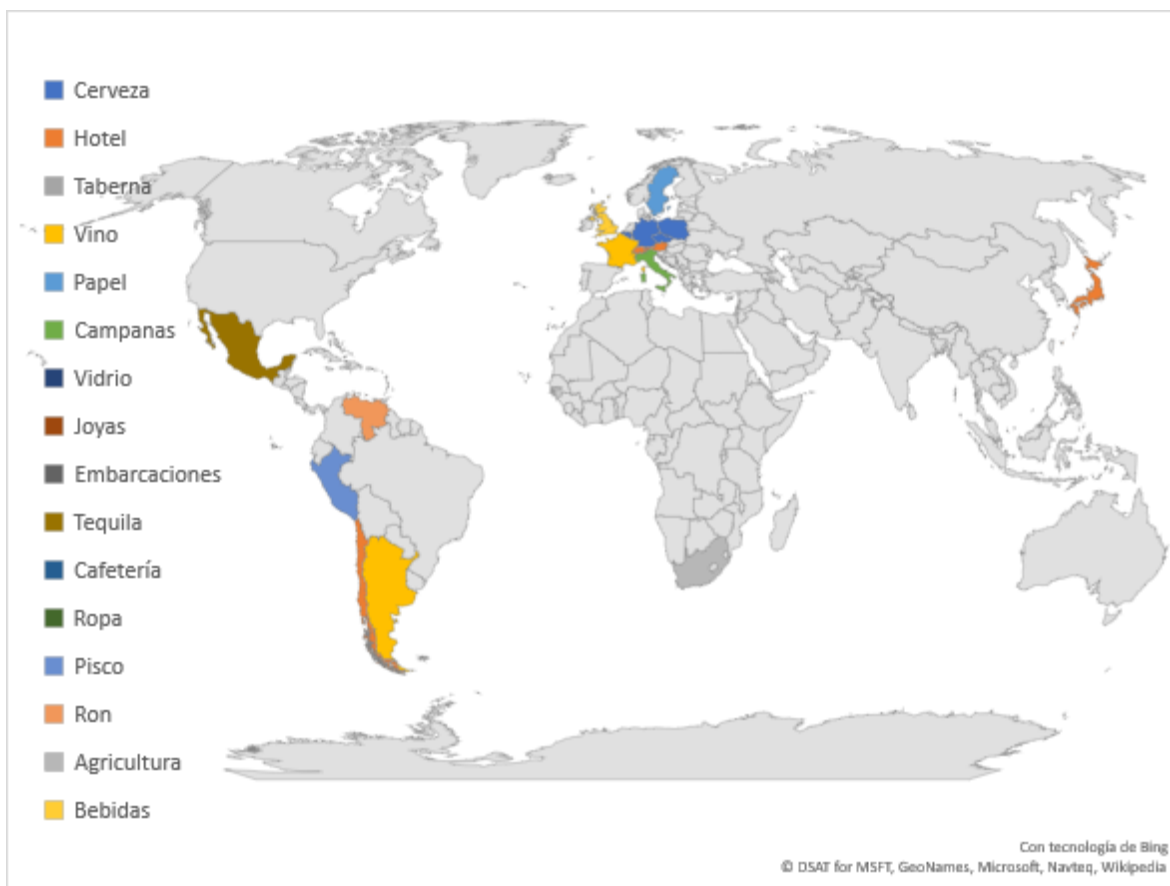


Figura 1: Mapamundi de las Empresas Familiares longevas y relacionadas con el Ocio

Fuente: Elaboración Propia, basada en O'Hara T., William (2006) Family Business-The World's Oldest Family Companies. MGA. Obtenido: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html> Mapa creado mediante la herramienta Microsoft Excel.

En la Figura 1 se observa, que 15 de las empresas más antiguas del mundo, que aún existen, se fundaron en Italia y la Alemania, tres en Francia dos en Suiza y una para países como Japón, Bélgica, Polonia, Suecia y República Checa.

EMPRESAS FAMILIARES EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

El panorama para la empresa Familiar latinoamericana no difiere mucho de las características de las empresas del mundo, sin embargo, se puede apreciar gran participación de las empresas mexicanas, dentro de las más viejas, en actividades como la producción de tequila, café y venta de ropa, asimismo, se destaca la más vieja, una chilena, asociada con la actividad turística, le sigue Perú en la producción de bebidas de uva (Pisco), destacable también el papel de Venezuela en la producción de Ron (Tabla 4).

No.	Empresa	Fecha de	País	Actividad
1	Hacienda los Lingues de San	1575	Chile	Hotel
2	Pisco Montesierpe	1776	Perú	Producción de
3	José Cuervo	1795	México	Tequila
4	Santa Teresa	1796	Venezuela	Ron
5	Café de la Parroquia	1808	México	Cafetería
6	Colomé	1831	Argentina	Vinos
7	Liverpool	1840	México	Venta de ropa

Tabla 4: Empresas más antiguas de Latinoamérica

Fuente: O'Hara T., William & Mande, Peter, (2006) Family Business – The World's Oldest Family Companies. MGA
 Obtenido: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html>

EMPRESAS FAMILIARES EN COLOMBIA

Desde la segunda mitad del siglo XIX, en Colombia hubo por lo menos 20 empresas que venían funcionando hacía unos 100 años. Con la independencia de España se constituyeron empresas y negocios familiares que tuvieron una corta vida. A partir de 1860, se inició una muy pequeña base empresarial que no logró sobrevivir el paso al siglo XX. Sin embargo, aún quedan algunas empresas que todavía funcionan como bancos, aseguradoras, ingenios azucareros, embotelladoras de bebidas, productos de construcción, funerarias y fabricación de alimentos (Tabla 5).

No.	Empresa	F.	Ciudad	Actividad	Generación
1	Manuelita	1864	Cali	Ingenio azucarero	7
2	Banco de Bogotá	1870	Bogotá	Sector financiero	6
3	Colseguros	1874	Medellín	Sector asegurador	6
4	JGB	1875	Cali	Industria farmacéutica	6
5	Corona	1881	Cali	Cerámicas	6
6	ETB	1884	Bogotá	Comunicaciones	6
7	El Espectador	1887	Bogotá	Medios de comunicación	6
8	EEB	1889	Bogotá	Distribución de energía	6
9	Bavaria	1889	Bogotá	Cerveza	6

10	Postobón	1904	Medellín	Bebidas	5
11	Carvajal	1904	Cali	Imprenta	5
12	Carulla	1905	Bogotá	Autoservicios	5
13	Casa Luker	1906	Manizales	Alimentos	5
14	Coltejer	1907	Medellín	Textiles	5
15	Samper	1909	Bogotá	Cemento	5
16	Noel	1916	Medellín	Alimentos	5
17	Cromos	1916	Bogotá	Medios de comunicación	5
18	Scadta	1919	Barranquilla	Transporte Aéreo	4
19	Nacional de	1920	Medellín	Alimentos	4
20	Fabricato	1920	Medellín	Textiles	4

Tabla 5: Empresas Familiares más antiguas de Colombia

Fuente: Elaboración Propia basada en Gaitán, A., & Castro, J. (2001). Sociedades de familias en Colombia. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.

De la herencia empresarial colombiana se destacan el negocio más antiguo de Colombia que tiene 201 años, es una empresa de familia que se encuentra en la séptima generación; relacionada con los servicios de restaurantes, reconocida por la producción de tamales y mantecadas; La Puerta Falsa, funciona desde 1816 a un costado de la Catedral Primada de Bogotá. (Gómez C., 2016). No obstante, la actual base empresarial del país inicia hacia 1881 con la “Locería Colombiana”, fundada por Teodomiro Llano y adquirida en 1935 por Gabriel Echavarría, que luego de su muerte, en 1943, se constituye en la organización Corona. (Dinero, 2004).

Fruto de la iniciativa de inmigrantes italianos, nace pastas Doria (1953), de la familia Sesana en Bogotá y Café Águila Roja en Cali de la familia Sangiovanni. Asimismo los hermanos alemanes Leo y Emil Kopp fundaron la Cervecería Alemana Bavaria de Koop. Ya en 1897 se anexó un nuevo socio que dio origen a Deutsch Columbianiesch Braveri y otro socio más en 1922, para conformar Industria Mastschppij. Para 1930, se fusiona con Cervecería Continental de Medellín, dando origen al Consorcio de Cervecerías Bavaria. (Dinero, 2004).

Para 1932, nace la Cervecería Águila, desde que Julio Mario Santo Domingo adquiere la cervecería Bolívar de Barranquilla y la Cervecería Barranquilla. Durante el periodo 1959-1967, Bavaria diversifica y se expande a otras actividades y adquiere 80 empresas entre otras de equipos de maquinaria y petroquímicas (Plano D., 2011) Posteriormente, Bavaria pasa a manos de Mario y Julio Santo Domingo quienes compararon el 22% de la compañía, que mucho tiempo después fusionaron con la cervecería Águila, hasta formarse el primer conglomerado empresarial en 1957.

De las empresas más representativas de las iniciativas colombianas nace en 1904 la sociedad Posada & Tobón para extenderse entre 1906 y 1910 a Cali, Bogotá y Manizales. Trece años después se consolida la sociedad Gaseosas Posada & Tobon; lo cual firma contrato de comercialización y embotellado del producto Coca Cola, que duró hasta 1937. (Dávila, 1986) Este año, el ingreso del socio, Gonzalo

Posada, transforma en Compañía de Gaseosas Posada Tobón; logrando anexar a otras empresas, mediante la concesión de la producción de sus productos. De esta manera, se formaron plantas propias en varias ciudades del país; como en Armenia y Barranquilla durante la década del 40. Una de las empresas asociadas, Gaseosas Lu de, Carlos Ardilla Lulle, escala posiciones y compra las acciones de Postobón en 1968. A partir de 1970, Postobón se expande y adquiere Peldar, el Ingenio del Cauca en 1980 y finalmente constituye el Canal RCN para consolidarse como otro de los conglomerados del país (Dinero, 2004).

En 1904, Manuel Carvajal y sus hijos Hernando y Alberto, formaron en el Valle del Cauca la Imprenta Comercial que en 1906 dio origen a Carvajal & CIA. Esta empresa se consolidó en las primeras en el mercado local, y llegan a Cali (1940) con la Papelería Bogotá, a Medellín (1946) y Barranquilla (1958). (Dávila, 1986). Para la década del 60, Carvajal, cruza las fronteras e invierte en Puerto Rico, Ecuador y Chile con empresas gráficas y de empaques. Asimismo, Carvajal, creó en 1960 la editorial Norma y en 1976 cambió su estructura a Carvajal S.A.. (Dinero, 2004).

En el campo de las confecciones, hacia 1907, Alejandro Echavarría Isaza con su hijo Gabriel y cinco sobrinos, fundaron la Compañía Colombiana de Tejidos, Coltejer, e inicia con diez telares. Durante los años treinta, gana presencia en el territorio nacional, hasta adquirir en 1942 Coltefábrica y en 1944 manufacturas Sedeco. Esta expansión se consolida en la adquisición de empresas de otros sectores industriales; no obstante, es adquirida en 1978 por Ardilla Lulle (Dinero, 2004).

Por iniciativa de los hermanos Urrea, nace el 20 de noviembre de 1956 en Guatapé, la sociedad Jiménez Aristizabal & Cia, Confecciones Leonisa. Como resultado de la aplicación de conceptos empresariales novedosos se posicionaron en el mercado, hasta alcanzar, en los 50 y 60, la internacionalización de la empresa. De esta forma se crea en 1966 Leonisa Internacional (Dinero, 2004).

Desde 1905 la sociedad Hijos de Miguel Samper, explotaba yacimientos de piedra caliza y en 1929 nació la Fábrica de Cementos Samper. Desde 1947, la cementera necesitó la entrada de nuevos socios para iniciar una etapa de expansión que tuvo dificultades en los años 80; generados por un alto endeudamiento unido a una devaluación de la moneda en Colombia hasta el punto de que entra en cesación de pagos en 1984, y en concordato en 1986. (Cámara de Comercio de Medellín, 2013) Después, el banco de Bogotá se convirtió en el mayor accionista de la Cementera. En 1996, la Cementera, Cemex que con la pretensión de ingresar al mercado adquirió Cementos Samper y Cementos Diamante; actualmente propiedad de Cemex (Dinero, 2004).

Otra importante cementera del país fue constituida, por la familia Claudino Arango y sus hijos Rafael y Jorge, donde nace, en febrero de 1934 cementos Argos para concentrarse y fortalecerse en el sector regional. Aprovechando la construcción del ferrocarril de Antioquia, paso a unirse con cementeras de otras regiones para

aprovechar su conocimiento de las zonas donde hacían presencia. De esto aparecen cementos del Valle y cementos del Caribe, incluyendo empresas como Cairo y Nare, para luego competir con la multinacional Cemex (Dinero, 2004).

Para el año 1922 Luis E. Yepes, fundó en Barranquilla un negocio que llevó las iniciales de su nombre, almacén Ley, que para 1936 se constituye en una empresa familiar, mediante la sociedad Luis Eduardo Yepes y Cía. Sucesores; abriendo almacenes en Cartagena y Ciénaga. Afectados, durante la Segunda Guerra Mundial, por la importación de artículos vendieron la compañía a reconocidos empresarios de Medellín, identificados como Mora Hermanos y Germán Saldarriaga, propietarios de Pintuco. Desde entonces la nueva sociedad se llamó Almacenes Ley (Cámara de Comercio de Medellín, 2013).

En 1949, Gustavo Toro Quintero un amigo y su hermano, abrieron un almacén en el centro de la ciudad de Barranquilla, con el que inició el primer almacén Éxito. Las dificultades financieras de la firma LEY; que ganó amplio reconocimiento en el país, por los malos resultados de sus inversiones en el sector financiero, crisis que ocasionó el cierre de varios almacenes; siendo rescatado por la Compañía Nacional de Chocolates. (Dinero, 2004) La llegada de la firma Éxito se consolidó, a nivel nacional, y con la entrada de nuevos competidores al mercado se fusiona con Ley en 2001, de donde surge Almacenes Éxito S.A. (Dinero, 2004).

Analizando las empresas familiares en Colombia por actividad económica (Tabla 5), el 50% de las empresas se ocupan en actividades comerciales y la prestación de servicios. Además, se puede apreciar que el 50% fueron fundadas en el siglo XIX y el resto en el siglo XX. De las anteriores, 30% de estas empresas, se dedica a la prestación de servicios, financieros y comunicación; las restantes constituyen el 45%, se sitúa en actividades industriales extractivas y de transformación como los textiles, farmacéuticas, de bebidas y cemento. En consecuencia, de estas empresas se encuentran entre la cuarta y la sexta generación, aunque algunas ya han desaparecido.

De acuerdo con Londoño y León. (2008), las empresas de familia en Colombia están presentes en todos los sectores de la economía nacional y su tamaño, oscila desde las pequeñas y/o microempresas, hasta las grandes organizaciones (Londoño de López, Calderón, & León, 2008). En este sentido las empresas de iniciativas familiares se han venido transformando y expandiendo hasta convertirse en grandes conglomerados y sociedades empresariales que aún no han perdido las características de empresas familiares.

EMPRESAS FAMILIARES Y EL OCIO PRODUCTIVO

Desde la antigüedad la ociosidad ha sido criticada por unos y privilegiada por otros lo cierto es que el hombre siempre ha mostrado preocupación por encontrar de una forma u otra de entretenerse o de encontrar una actividad que le proporcione cierta satisfacción o en la cual se sienta complacido. “Desde los días de los filósofos griegos hasta los nuestros, los hombres reflexivos han considerado

siempre como un requisito necesario para poder llevar una vida humana digna, bella e incluso irreprochable, un cierto grado de ociosidad” (Veblen, 1971).

En la distribución del tiempo entre trabajo y ocio influyen dos fuerzas contrapuestas cuando se eleva la remuneración por unidad de prestación de trabajo (hora – trabajo): por una parte, un salario más elevado incrementa la “tasa de sustitución” del trabajo con respecto al ocio, a favor del trabajo, pues es más rentable renunciar al ocio que al trabajo; ahora bien, como un ingreso dado puede ser logrado con menor cantidad de trabajo, la ventaja de un salario más alto puede “consumirse” o desaparecer en todo o en parte si se dispone de más tiempo para el ocio; además, la demanda por ingreso y por tiempo libre u ocio puede actuar como “demanda conexas”: para poder gozar de más ocio hace falta un ingreso más elevado. (Paulsen, 1963, pág. 69). Los individuos disponen de una cantidad de tiempo que deben decidir cómo utilizar: o bien ofreciendo su tiempo a las empresas a cambio de salario, o bien disfrutando del tiempo de ocio. En consecuencia, el ocio se opone a la rutina del trabajo cotidiano y permite el desarrollo de la personalidad por la participación desinteresada en la cultura, el turismo y la recreación. (Sastre, 1984) De esta manera, el ocio productivo es una oportunidad para crear empresas donde la sociedad satisfaga las necesidades de su tiempo libre, exento de obligaciones laborales, sociales, biológicas y por fuera del lapso vacacional o festivo. Esto ha llevado al ocio a convertirse en un sector altamente productivo y con gran proyección empresarial en los países en desarrollo.

De acuerdo con Primo, W (2017) el ocio productivo es una necesidad que ha permitido el nacimiento de empresas e industrias que fomentan el desarrollo económico y social. (Primo, 2017) Asimismo, se considera un derecho del ser humano, del trabajador y de la sociedad, lo cual, ha impulsado para la producción de bienes y servicios que le ubican dentro de las actividades económicas más productivas, de tal manera, que en muchas economías contribuye en alto grado al PIB y sus articulaciones con los diferentes sectores económicos demuestran lo relevante que es para el crecimiento económico y el desarrollo de las naciones (Primo, 2017).

Por lo anterior, para la necesidad de ocio, las naciones desarrolladas han forjado una vasta infraestructura, dado que cuanto más ricas son más tiempo dedican a satisfacerlo. Esta misma tendencia la vienen aprovechando las economías emergentes, como una oportunidad para hacer empresas o impulsar negocios familiares. De las empresas más conexas con el ocio productivo se destacan el turismo, la cultura, deportes, recreación, entretenimiento y tecnologías.

Al respecto, las empresas familiares también se dedican a producir bienes o servicios para el ocio productivo, tales como los servicios recreativos, culturales, deportivos, turísticos y sus actividades complementarias. En las últimas décadas los cambios experimentados en las tecnologías y en las necesidades del consumidor (con el auge de productos turísticos el creciente papel que los proyectos culturales tienen en las estrategias de desarrollo de territorios y

ciudades), ha provocado que muchas empresas familiares vinculadas a las actividades recreativas, culturales, deportivas y turísticas vengán experimentando crecimientos constantes y adquiriendo una relevancia económica, como una nueva fuente de empleo y de desarrollo económico y social.

Esto demuestra que, a pesar de constituirse un sector de actividad relativamente nuevo, pero al mismo tiempo con un gran desarrollo, exige altos niveles de capital humano especializado y en demanda y en continuo aumento.

No.	Empresa	Fecha de	Actividad	País	Continente
1	Hoshi Ryokan	718	Hotelera.	Japón	Asia
2	Budvar	1265	Cervecera	República	Europa
3	Andechs	1455	Cervecera	Alemania	
4	Warka	1478	Cervecera	Polonia	
5	Affligem	1074	Cervecera	Bélgica	
6	Augustiner	1328	Cervecera	Alemania	
7	Spaten	1397	Cervecera	Alemania	
8	Hacker-Pschorr	1417	Cervecera	Alemania	
9	Weihenstephan	1040	Cervecera	Alemania	
10	Franziskaner	1363	Cervecera	Alemania	
11	Lowenbrau	1383	Cervecera	Alemania	
12	Le trois rois – Drei	1026	Hotel	Suiza	
13	Gmachi	1334	Hotel	Austria	
14	Zum Goldenen	1412	Hotel	Suiza	
15	Krone	1418	Hotel	Suiza	
16	Hotel Pilgrim Haus	1304	Hotel-	Alemania	
17	Antinori	1385	Producción de	Italia	
18	Baronnie de	1495	Vino	Francia	
19	Barone Ricasoli	1141	Vino y aceite de	Italia	
20	Chateau de Goulaine	1000	viñedo	Francia	
21	Schlenkerla	1405	Taberna	Alemania	
22	Bavaria	1889	Cervecera	Colombia	Latinoamérica
23	Pisco Montesierpe	1776	Producción de	Perú	
24	Santa Teresa	1796	Ron	Venezuela	
25	José Cuervo	1795	Tequila	México	
26	Colomé	1831	Vinos	Argentina	
27	Hacienda Los	1575	Hotel	Chile	
28	Café de la Parroquia	1808	Cafetería	México	

Tabla 6: Empresas Familiares del mundo relacionadas con actividades de ocio productivo

Fuente: O'Hara T., William & Mande, Peter,(2006) Family Business – The World's Oldest Family Companies. MGA
 Obtenido: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html>

Como se aprecia en la Tabla 6, de las 28 empresas de familia, 20 son europeas y están relacionadas con el ocio en actividades como la producción de cervezas, vinos, hoteles, restaurantes. Con relación a Latinoamérica 8 empresas familiares participan con la producción de cervezas, vinos, ron, cafeterías y hoteles, por último, aparece una empresa familiar asiática con un vínculo fuerte hacia la

actividad turística. Para el caso específico de Colombia, relacionada en Latinoamérica aparece ligada a la actividad cervecera.

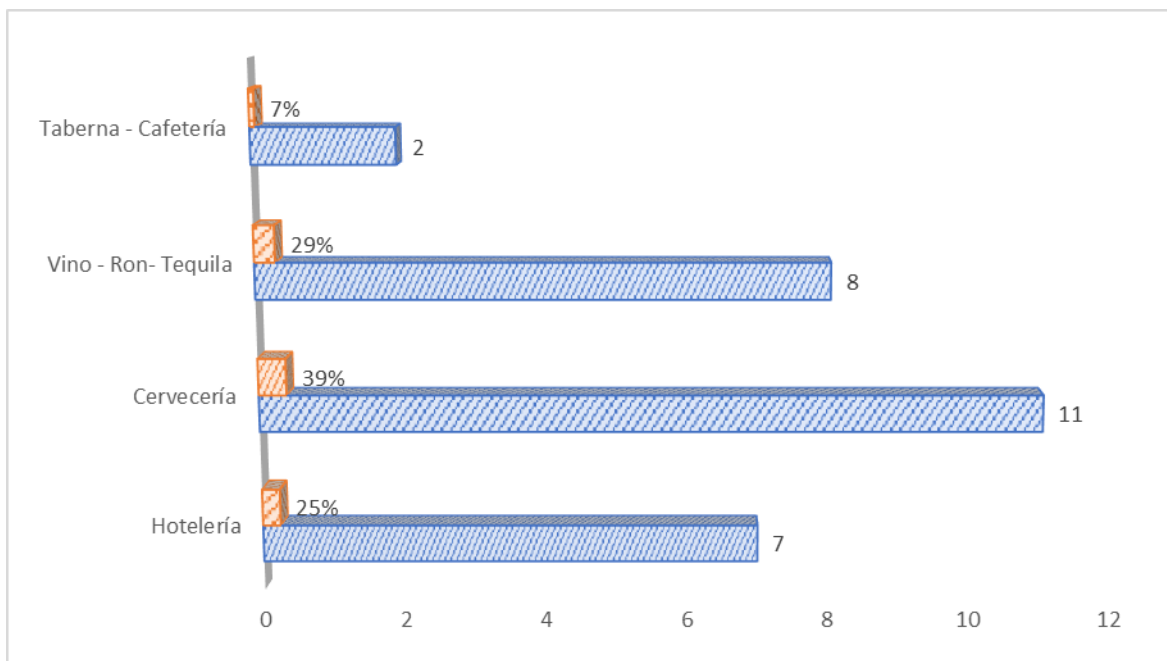


Figura 2: Participación de las Empresas familiares en Actividades Relacionadas con Ocio productivo
Fuente: Elaboración propia basada en O'Hara T., William (2006), Family Business. The World's Oldest Family Companies. MGA Obtenido: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html>

Tal como se aprecia en el Figura 2, la actividad cervecera tiene concentrada el mayor número de empresas familiares con 39%, seguida de la de Vino, Ron y tequila y hotelería con 29% y 25% respectivamente (Tabla 6), por último, aparece taberna y cafetería con 7%. Lo anterior muestra que las actividades de las empresas familiares están orientadas a satisfacer la demanda de ocio productivo.

En este orden de ideas, Alemania es el país europeo con mayor participación en las actividades cervecera, hotelería y taberna. Sin embargo, es mucho mayor en cervecera con 7 empresas familiares, lo que equivale a un 25%. Para el caso de Latinoamérica sólo Colombia aparece con este tipo de actividad, con una empresa.

Por el lado de la actividad hotelera, Suiza es el país en que cuenta con 3 empresas familiares, que equivale a 11%. En Latinoamérica se destaca sólo Chile. En cuanto a la producción de vino Italia y Francia participan en igual proporción con 7%, le siguen Argentina y Perú en la misma actividad, México con Tequila y Venezuela con la producción de Ron.

EMPRESAS FAMILIARES MULTINACIONALES

Actualmente, muchas empresas multinacionales todavía son controlados por grupos familiares. En este sentido, se entienden como empresas familiares multinacionales, aquellas, que además de tener presencia internacional,

mantienen el control y una implicación por la familia propietaria. (Casillas & Pastor, 2015). Estas impactan positivamente la economía global, debido a su orientación a largo plazo, su compromiso social, objetivos económicos y su naturaleza social y emocional. (Casillas & Pastor, 2015) En este orden de ideas, las empresas familiares que hacen parte de las 250 mayores empresas familiares multinacionales del mundo la integran grandes empresas, que generan 16 millones de empleo y tienen ventas mínimas de 4.500 millones de dólares y globalmente venden 6.600 billones de dólares. Estas empresas familiares se caracterizan por ser altamente profesionalizadas, compiten en numerosos países, lideran sus sectores, tienen alta vocación de permanencia en el tiempo, son especialmente dinámicas y abiertas con una cultura y valores tan profundamente arraigados que le imprimen una dinámica tal, que la orientan internacionalmente y proyectan en su crecimiento. (Casillas & Pastor, 2015)

Con relación al ámbito geográfico, las empresas familiares pueden ser globales multinacionales e internacionales, dentro de esta se identifican empresas jóvenes, tienen hasta 50, maduras entre 50 y 100 y las centenarias con más de 100 años. el mayor número de empresas se encuentran entre maduras y centenarias. Sin embargo, por la presencia entre países se son mayoría las multinacionales y las internacionales (Figura 3).

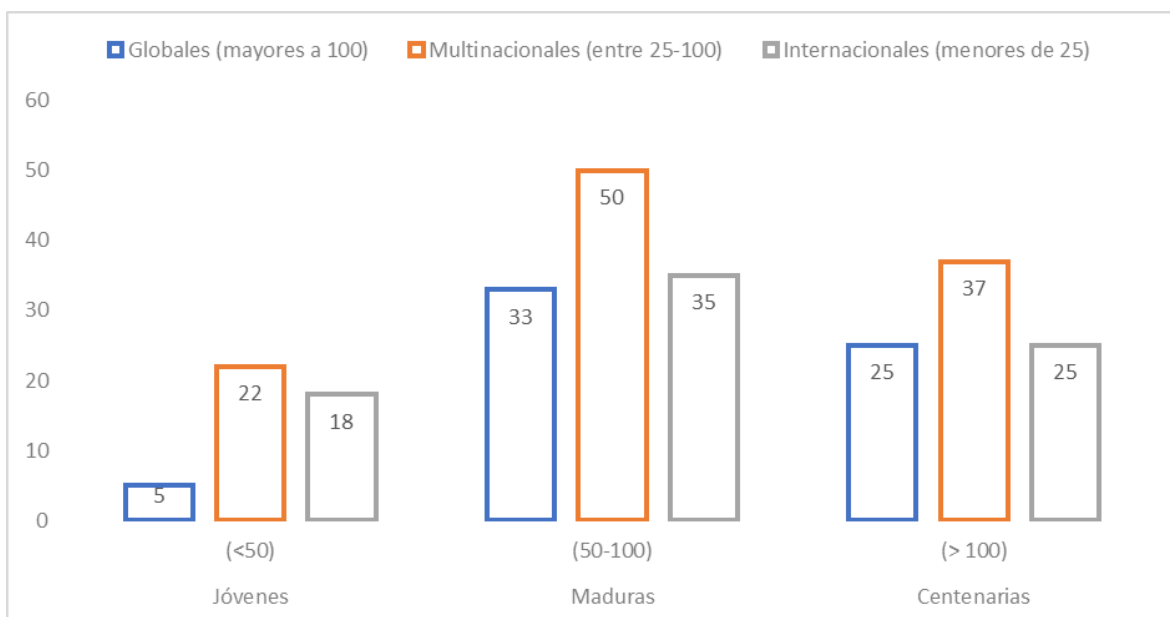


Figura 3: Distribución de las Empresas familiares multinacionales familiares

Fuente: Elaboración Propia basada en Casillas, J., & Pastor, F. (2015) The Top 250 Multinational Family Firms. Obtenido: <http://www.multinationalfamilybusiness.com/#mi-ancla>

En cuanto a la longevidad de las empresas familiares multinacionales, el 74% se encuentran ente la primera y la tercera generación, el 15.2% hace parte de la cuarta generación. Asimismo, el 9.6% está entre la quinta y la séptima generación y sólo el 1.2%, y en igual proporción se encuentra tres empresas, dirigidas por miembros de la novena a la decimoséptima generación (Figura 4).

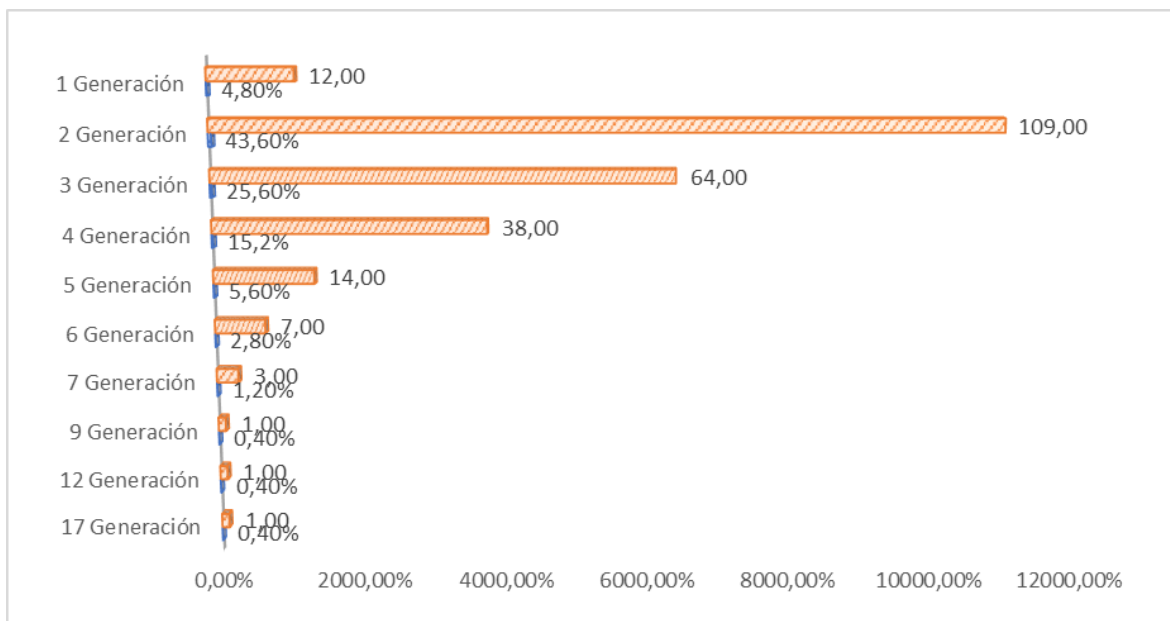


Figura 4: Longevidad de las Empresas familiares multinacionales

Fuente: Elaboración Propia basada en Casillas, J., & Pastor, F. (2015) The Top 250 Multinational Family Firms. Obtenido: <http://www.multinationalfamilybusiness.com/#mi-ancla>

En la distribución de las empresas por continente, Europa con 12, representa el 49.2%, seguida de Norteamérica con 23.20%, Asia el 18.00% y Latinoamérica con 9.2%. Estas empresas se concentran específicamente en Europa, Norteamérica y Asia, excepto África.

País	No. Empresas	Participación %
Estados Unidos	48	19,20%
Alemania	41	16,40%
Francia	22	8,80%
Italia y Suiza	11	4,40%
Corea del Sur	10	4,00%
Brasil y China	9	3,60%
Canadá, Japón y México	8	3,20%
España	7	2,80%
India	6	2,40%
Chile, Reino Unido y Suecia	5	2,00%
Turquía	4	1,60%
Bélgica, Dinamarca y Holanda	3	1,20%
Arabia Saudita, Filipinas, Luxemburgo,	2	0,80%
Argentina, Australia, Austria, Colombia,	1	0,40%

Tabla 7: Número de Empresas familiares multinacionales por países

Fuente: Elaboración Propia basada en Casillas, J., & Pastor, F. (2015) The Top 250 Multinational Family Firms. Obtenido: <http://www.multinationalfamilybusiness.com/#mi-ancla>

No obstante, en cuanto al número de empresas por países, Estados Unidos es primero con 48 empresas, seguido de Alemania (41), Francia (22), Italia y Suiza (11). Figura 5 y Tabla 7. Cabe destacar que Corea del sur (10), China (9) y Japón (8) son los más representativos de Asia (Casillas & Pastor, 2015).

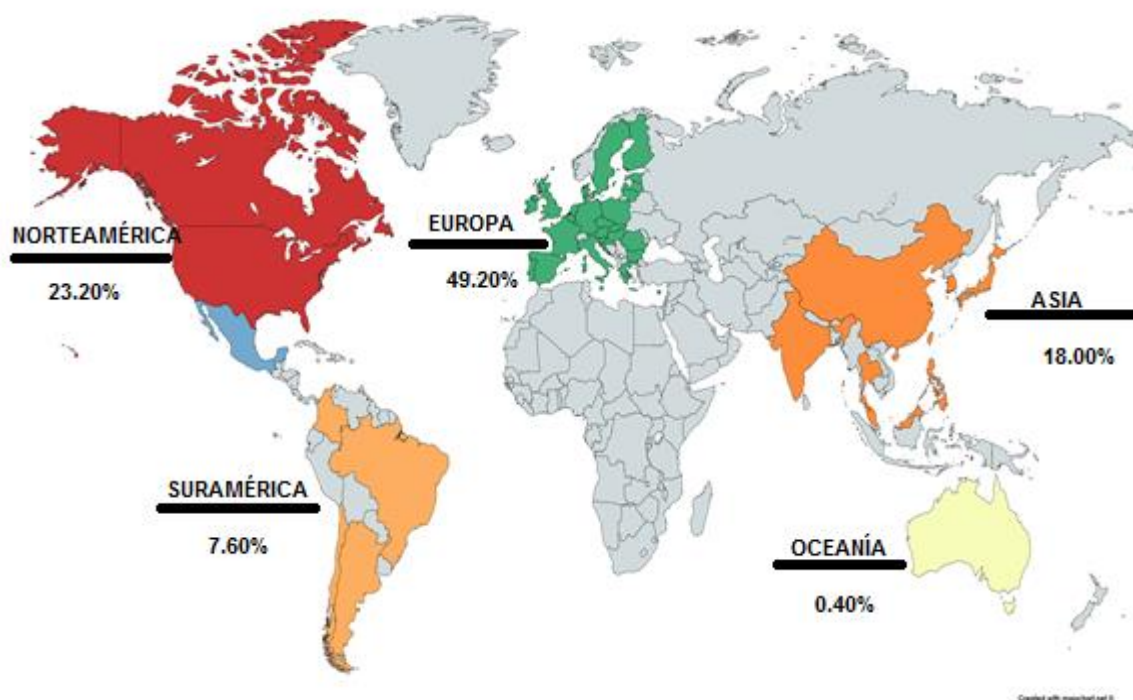


Figura 5: Distribución de las Empresas Familiares Multinacionales por continentes
Fuente: Elaboración Propia basada en Casillas, J., & Pastor, F. (2015) The Top 250 Multinational Family Firms. Obtenido: <http://www.multinationalfamilybusiness.com/#mi-ancla>

En el caso de Latinoamérica, México y Chile con 8 y 5 empresas respectivamente, con menor número está Argentina y Colombia con una cada uno.

Desde la perspectiva del ocio productivo, las empresas multinacionales familiares más conexas con esta actividad son 86 empresas. Por consiguiente, del total de empresas las actividades más representativas, 21 pertenecen al sector de la comida, 11 a la moda y 18 a ventas al por menor. Si se consolida en un solo sector medios de comunicación, entretenimiento y publicidad se encuentran 14 empresas, continúan en menor número bebidas (4), viajes y turismo (2) y apuestas juegos de azar, (2), entre otras.

Países	Sector	No. Empresas	Porcentaje
Reino Unido y Malasia	Apuestas y Juegos de	2	2,33%
Japón, Tailandia, Francia y	Bebidas	4	4,65%
Alemania, Francia, Italia y	Bienes y comercio	4	4,65%
India, Japón, Singapur,	Comidas	21	24,42%
Estados Unidos	Cruceros	1	1,16%

Francia	Deportes	1	1,16%
Australia	Entretenimiento y	1	1,16%
Italia	Gafas	1	1,16%
Estados Unidos	Hotel	1	1,16%
Alemania y China	Joyas	2	2,33%
Dinamarca	Juguetes	1	1,16%
Estados Unidos y Brasil	Medios de	4	4,65%
Francia, España, Suecia,	Moda	11	12,79%
Francia	Producto de Lujo	1	1,16%
Alemania y Francia	Publicidad y	2	2,33%
Suiza	Relojes	1	1,16%
Alemania, Estados Unidos e	Tecnología e	3	3,49%
Estados Unidos	Tecnología y	1	1,16%
Canadá, China y México	Telecomunicaciones	3	3,49%
Estados Unidos	Turismo	1	1,16%
Alemania, Bélgica, Chile,	Venta al por menor	18	20,93%
Luxemburgo	Viajes	1	1,16%
Alemania	Zapatos	1	1,16%

Tabla 8. Empresas multinacionales familiares Relacionadas con el ocio Productivos

Fuente: Elaboración Propia basada en Casillas, J., & Pastor, F. (2015) The Top 250 Multinational Family Firms. Obtenido: <http://www.multinationalfamilybusiness.com/#mi-ancla>.

En el contexto latinoamericano aparecen México en el sector de las telecomunicaciones y Chile en venta al por menor, siendo esta la segunda actividad más representativa (Tabla 8).

Desde sus principios hasta hoy las empresas familiares nacen con la intención de generar ingresos para sostener el grupo familiar. Hoy se considera la base de la economía local, regional y del mundo, hasta el punto de ser el principal agente del sistema económico. En este sentido, son relevantes por sus participaciones en la economía, convirtiéndose en la principal fuente de empleo para su entorno. Actualmente, en todos los países del mundo se encuentran empresas familiares, unas muy recientes y otras que son tan longevas que han logrado sobrevivir más de 500 años, sin embargo, lo más relevante es la proporción que ocupan dentro del total de empresas en países tan grandes como Estados Unidos, y en otros menos desarrollados, se convierten en motores para el desarrollo económico y el progreso social.

Por el lado de las actividades económicas que desarrollan, y su relación específica con las actividades muy relacionadas con el ocio productivo, por lo tanto, es necesario resaltar aquellas empresas familiares que han producido bienes y servicios que procuren la satisfacción del ocio.

CONCLUSIONES

Las economías de los países se benefician en gran parte por las actividades que desarrollan empresas familiares. De esta manera, contribuyen con el crecimiento económico, la generación de empleo y el comercio internacional. Pero su importancia está representada en la proporción de empresas familiares frente al número total de empresas en una economía.

En este sentido, las empresas familiares, aunque similares en ciertos aspectos a cualquier empresa, tienen características que las vuelven únicas. Estas empresas en Europa se dedican actividades de la cervecería, el hotelería y la producción de vinos. Para el caso Latinoamericano, las empresas familiares, desarrollan las mismas actividades, pero con una menor participación. Sin embargo, México y Venezuela sobresalen con la producción de Tequila y Ron y Colombia con la de cerveza.

Adicionalmente, se aprecia la longevidad de las empresas familiares en los países europeos y asiáticos, puesto que son muchas las empresas que han pasado por más de 50 generaciones y algunas todavía existen, sin embargo, en el caso colombiano son escasas las empresas que han logrado sobrevivir al cambio generacional. En este sentido, la empresa familiar tiene presencia en todas las actividades económicas del país; la actividad predominante es la producción de cervezas, cemento, telas y comercio. Adicionalmente, las fases de crisis marcaron el ciclo de vida de algunas que crecieron muy rápido y tuvieron que fusionarse. Es notable la influencia empresarios alemanes e italianas en la formación de grandes conglomerados.

Por último, como regla general, las empresas familiares colombianas perdieron su característica fundamental y pasaron a conformar grandes conglomerados que hoy controlan actividades en las comunicaciones, la Banca y producción de cervezas. Esta última muy conexas con el ocio, al igual que las comunicaciones. Actualmente, muchas empresas familiares salieron de la influencia geográfica local para transformarse en internacionales, multinacionales o globales, pero aun así siendo internacionales no han perdido esa determinación de empresas familiares.

REFERENCIAS

- Cámara de Comercio de Medellín. (10 de 11 de 2013). *Historia de empresas colombianas por empresarios antioqueños*. Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/100empresarios/Home/Historias-Empresariales/Empresa.aspx>
- Casillas, J., & Pastor, F. (10 de 10 de 2015). The Top 250 Multinational Family Firms. *Chair of Santander Family Business, University of Seville (Spain)*, 01-14. Obtenido de <http://www.multinationalfamilybusiness.com/>
- Dávila, L. G. (1986). *El empresariado colombiano: Una perspectiva histórica*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *Carvajal. Un siglo de desarrollo*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/carvajal-siglo-desarrollo/24784>
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *Cementos Argos. Logros concretos*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/cementos-samper-como-nueva-despues-100-anos/24788>
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *Coltejer. 'El primer nombre en textiles'*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/coltejer-primer-nombre-textiles/24808>
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *dinero.com*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/organizacion-corona-imperio-ceramica/24812>
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *La compra de Postobón*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/inmigrantes-profetas-esta-tierra/24912>
- Dinero. (07 de 09 de 2004). *Leonisa. Los visionarios*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/leonisa-visionarios/24916>
- Dinero. (17 de 09 de 2004). *Ley-Éxito. La sangre paisa*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresas/especial-comercial/articulo/ley-exito-sangre-paisa/24770>
- El País. (06 de 05 de 2007). Obtenido de https://elpais.com/diario/2007/05/06/economia/1178402406_850215.html
- El Tiempo. (03 de 06 de 2013). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12841810>

- Feliu, G., & Sudria, C. (2013). *Introducción a la historia económica mundial*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Gaitán, A., & Castro, J. (2001). *Sociedades de familias en Colombia*. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.
- Gaitán, A., & Castro, J. (2005). *Sociedades de familia en Colombia*. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.
- Gersick, K., Davis, J., Rosas, R., & Lansberg, I. (1997). *Empresas familiares generación a generación*. México: McGraw Hill.
- Gómez C., N. (18 de 01 de 2016). *El restaurante La Puerta Falsa cumplirá dos siglos este año*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16483940>
- Gómez, G. (2005). *¿Son iguales todas las empresas familiares? Caminos para recorrer*. Barcelona: Granica.
- Gómez, G., & FCCIG, S. P. (2006). *El éxito de la empresa familiar*. Obtenido de Disponible desde Internet en: <http://www.dinero.com>, 8080.
- Gómez, G., Betancourt, J., & Zapata, N. (2012). Empresas Familiares Multigeneracionales. *Entramado Vol. 8 No. 2*, 38-49.
- Henández, A., & Verónica, M. (2005). Ocio, Tiempo libre y animación sociocultural. *Ciencia, deporte y cultura física, Vol. 1, Núm.1*, 4-36.
- Jiménez V., G. (2009). *La Empresa familiar su importancia y vigencia*. Medellín-Colombia: Instituto de la Empresa Familiar de Colombia - IEFAC.
- Londoño de López, L., Calderón, D., & León, L. (2008). Empresas Familiares: Caso departamento del Quindío. *Sophia Revista de Investigaciones U.G.C*, 28-48.
- McEachern, W. (1998). *Economía Una visión contemporánea*. Bogotá: Thomson editores.
- Molina, L. (1998). *Empresarios Colombianos en el siglo XIX. Banco de la República*. Bogotá: Áncora Editores.
- O'Hara, W. T. (2006). *griequity.com*. Obtenido de Recuperado: <http://www.griequity.com/resources/industryandissues/familybusiness/oldestinworld.html>
- Plano D., R. (01 de 08 de 2011). *La industria cervecera en Colombia*. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/agosto2011/cerveza-industria>

- Primo, W. (2017). Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: Del ocio tradicional al ocio digital:: DOI: <http://dx.doi.org/10.18583/umr.v2i2.65.g159>. *Management Review* , 1-19.
- Rabadán, F. (21 de 07 de 2009). Obtenido de <http://www.pacorabadan.com/2013/11/13/la-empresa-familiar-desde-una-perspectiva-macroeconomica/>
- Rivera, H. (2006). ¿Empresas o mitos? Elementos comunes de las empresas más antiguas del mundo. *Universidad Empresa*, 303-3014.
- Roiz, M. (1980). Ocio y soiedad de sociedad de clase en España. *Documentación social Revista de Estudios sociales y sociología de España*, 187.
- Romero, L. E. (2005). La historia empresarila y las empresas familiares: un diálogo fructífero. *Seminario de Historia Empresarial: Bogotá*, 16-27.
- Sandoval, J. H., & Guerrero, D. E. (2010). . FAMILY BUSINESS IN COLOMBIA: TOWARDS THE CONSTRUCTION OF A COMMERCIAL MANAGEMENT MODEL. *Revista UDCA Actualidad & Divulgación Científica* 13, 135-146.
- Sandoval, J., & Guerrero, D. (2010). Empresas familiares en colombia. *U.D.C.A Actualidad y divulgación científica* 13, 135-146.
- Sastre, V. (1984). *La Cultura del ocio Implicaciones sociales*. Madrid: UPCM.
- Serebrenik, R. (2006). Legado y riqueza de la empresa familiar. *FCCGI News*, 1-4.
- Tapies, J. (2009). *Empresa Familiar: Ni tan pequeña, ni tan jove*. España: Fundación Jesús Sierra.
- Tirado Mejía, Á. (2001). *Introducción a la Historia Económica Colombiana*. Bogota: el Áncora.
- Valda, J. (15 de 07 de 2009). *grandespymes.com.ar*. Obtenido de Recuperado: <http://www.grandespymes.com.ar/2009/07/15/la-familia-en-la-empresa/>
- Veblen, T. (1971). *La Teoría de la Clase Ociosa*. México : Fondo de la Cultura Económica.