

¿Empresas o mitos?

Elementos comunes de las empresas más antiguas del mundo

La importancia de la desmitificación

Hugo Alberto Rivera Rodríguez*

Recibido: septiembre de 2006 - Aprobado: octubre de 2006

RESUMEN

Encontrará en el artículo una reseña de las empresas más antiguas del mundo y algunas de las más antiguas de Colombia, su país de origen, los principales productos o servicios que ofrecen y las ventajas competitivas que les han permitido durar más de mil años.

Estas empresas se han convertido en puntos de comparación y admiración por los demás competidores, al punto de ser envidiadas. En otras palabras, se han convertido en verdaderos mitos empresariales en sus sectores industriales. ¿Por qué considerarlas un mito? ¿Cuál es la implicación de utilizar ese término? Las respuestas son desarrolladas en el documento.

Muchas de ellas son empresas familiares y desde el punto de vista financiero sus utilidades les han permitido sobrevivir mas no sobresalir; sin embargo, el solo hecho de tener una historia de muchas generaciones las hace dignas de ser estudiadas y asignarlas en la categoría de mitos empresariales.

Palabras clave: longevidad empresarial, mitos, empresas antiguas.

ABSTRACT

It will find in the article a review of the oldest companies of the world and some of oldest of Colombia and Latin America, its country of origin, the main products or services that offer and the competitive advantages that have to them I allow to last but of 1000 years.

These companies have become points of comparison and admiration by the other competitors, to the point of being envied. Other words they have become true enterprise myths to the

* Economista empresarial, magíster en Administración. Profesor principal de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario. Correo electrónico: hurivera@urosario.edu.co.

interior of his industrial sectors. So that to consider them a myth? ; Which is the implication to use that term. The answers are developed in the document. Many of them are familiar companies and from the financial point of view their utilities have allowed them to survive but not to excel, nevertheless the single fact to have a history of many generations does them worthy to be studied and to assign them in the enterprise Myth category.

Key words: Enterprise Longevity, Myths, Old Companies.

1. EMPRESAS O MITOS

1.1 Elementos iniciales

En la primera parte de este artículo se presenta el concepto de mito, idea desarrollada con la intención de indicar que una empresa puede llegar a ser un mito viviente dentro de un sector. Es por tal motivo que se comienza con una presentación del mito de Venecia.

En la época del Renacimiento, la República de Venecia era muy admirada y envidiada por su riqueza y poder militar, pero también por su extraordinaria estabilidad política, su eficacia administrativa y el alto grado de libertad personal de que gozaban quienes vivían bajo la jurisdicción del Estado veneciano. Mientras otras ciudades italianas del renacimiento oscilaban violentamente de un régimen tiránico a otro, Venecia era considerada el modelo de gobierno ideal. Todo lo anterior ha sido denominado como el ‘mito de Venecia’.

Platón, en el libro VI de *La República*, desarrolló el mito de la caverna, una gruta cavernosa en la cual,

desde que nacen, se encuentran hombres con cadenas en sus piernas y cuellos, situación que no les permite escapar, solamente mirar hacia adelante. Detrás de ellos se encuentran un muro, un pasillo y una hoguera, la cual permite iluminar por encima del muro y proyectar su luz hasta una pared que se encuentra ante dichos hombres. Ahora, a lo largo de dicho pasillo, unos individuos transportan objetos a una altura superior del muro, proyectando así, con la ayuda de la hoguera, sombras que serían percibidas por los prisioneros desde su nacimiento, creyéndolas como reales.

La situación en la que se encuentran los prisioneros de la caverna viene a representar el estado en el que permanecen los seres humanos ajenos al conocimiento, únicamente aquellos capaces de superar el dolor que supondría liberarse de las cadenas, volver a mover sus entumecidos músculos, podrán contemplar el mundo de las ideas con sus infrautilizados ojos.

[...] Sería difícil encontrar una definición de mito que fuera aceptada por todos los

eruditos y que al mismo tiempo fuera accesible a los no especialistas. El mito es una realidad cultural extremadamente compleja, que puede abordarse e interpretarse en perspectivas múltiples y complementarias. El mito cuenta cómo, gracias a las hazañas de los seres sobrenaturales, una realidad ha venido a la existencia, sea ésta la realidad total, el cosmos, o solamente un fragmento: una isla, una especie vegetal, un comportamiento humano, una institución. Es, pues, siempre el relato de una “creación”: se narra cómo algo ha sido producido, ha comenzado a ser (Eliade, 1963, p. 12).

Es entonces válido indicar que una empresa puede ser considerada un mito, al aceptar que un mito relata los acontecimientos primordiales que le han permitido ser lo que es hoy.

De manera general se puede decir que el mito, tal como es vivido por las sociedades arcaicas, 1. Constituye la historia de los actos de los seres sobrenaturales; 2. Que esta historia se considera absolutamente verdadera (porque se refiere a las realidades) y sagrada (porque es obra de los seres sobrenaturales); 3. Que el mito se refiere siempre a una creación, cuenta cómo algo ha llegado a la existencia o cómo un comportamiento, una institución, una manera de trabajar se han fundado. (Eliade, 1992, p. 25).

Para Losey (1998), un mito no es fantasía o ficción sino una categoría de la conciencia y del ser; no es el ser ideal, pero sí la material realidad vitalmente percibida y creada. No es una construcción metafísica, sino una realidad material; no es un esquema, ni alegoría, es **un símbolo**; tampoco es un dogma, **sino una historia**.

Después de haber abordado de una manera rápida el concepto de mito, podría indicarse que una organización podría llegar a serlo fundamentada sobre la base de que la duración por muchos años de cualquier fenómeno es algo sobrenatural, algo extraño y poco común. Más en la actualidad, cuando las empresas que nacen desaparecen de forma muy rápida.

¿Cuáles son entonces las empresas mito de la historia? Para seleccionarlas se parte de la definición del autor sobre empresa mito: una empresa mito es aquella que se ha dedicado a realizar algo, por haber hecho algo fuera de lo normal, permaneciendo por muchos años en el mercado; además se ha logrado adaptar a las condiciones de su entorno, son empresas sobre las cuales el sector de manera frecuente comenta.

Un mito no es, por tanto, un símbolo, no es algo inalcanzable, no es algo ficticio, es algo real que permanece y que de una u otra forma se ha convertido en un sueño para otros rivales.

Algunas de estas empresas estarían enmarcadas dentro de lo que el Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial de la Universidad del Rosario ha definido como empresa perdurable “Una empresa perdurable es aquella que a través del tiempo presenta resultados financieros superiores, adecua su manejo a la intensidad de las condiciones de

su entorno sectorial, se enfoca en espacios de mercado no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores, diseñando y ejecutando productivamente la cadena de valor.

Obtiene desempeños eficientes en su gestión por la coherencia en su acción, la identificación de su entorno sectorial y sus políticas de gobierno, evitando estados moribiles que dificultan su crecimiento potencial sostenible y que pueden llegar a estados

tanáticos.¹ Propicia la alineación de las personas con la empresa, la construcción de conocimiento y la calidad en los procesos de interacción social”.

El presente documento no busca abordar el tema de la perdurabilidad de las empresas, ni establecer cuáles son las condiciones para lograr ser perdurable, únicamente hará un recorrido por las empresas más antiguas del mundo, generando conclusiones.

TABLA 1. Las empresas más antiguas del mundo fundadas antes del año 1500 que aun viven²

	Empresa	Fecha	Actividad	Lugar de creación
1	Hoshi Ryokan	718	Empresa Hotelera.	Komatsu - Japón
2	Chateau de Goulaine	1000	Es un viñedo. Posee un castillo en el cual se tiene un museo de arte y una colección de mariposas.	Haute Goulaine - Francia
3	Fonderia Pontificia Marinelli	1000	Fabricación de campanas	Agnone -Italia
4	Le trois rois – Drei Konige	1026	Hotel	Suiza
5	Weihenstephan	1040	Cervecera	Freising - Alemania

Continúa

¹ “Tánato” es un prefijo que significa muerte. Se utiliza en la definición de perdurabilidad para ilustrar el estado al que pueden llegar empresas con síntomas como hacinamiento, erosión de la rentabilidad, erosión de la estrategia o rentabilidad, crecimiento potencial sostenible bajo, etc.

² Para la construcción de la tabla se consultaron diferentes fuentes, hasta el 16 de enero del año 2006 la empresa más antigua sobre la que se tenía información era Kongo Gumi, fundada en Japón en el año 576, dedicada a la construcción en especial de templos y sitios culturales y a todos los servicios asociados con esta actividad. La compendia fue adquirida por Takamatsu Corporation compañía con acciones en Tokyo Stock Exchange y Osaka Stock Exchange. Por información obtenida de la propia compañía “In 30th year of Syowa, Toshitaka Kongo, the 39th head of Kongo family, reorganized Kongogumi into company limited by shares, while he modernized the management and expanded the service all over Japan. In the period of Heisei, Our business conditions became severe again although we had experienced the good accounting term once that the amount of sales was over 13 billion yen. It was because that we excessively expanded business even into unaccustomed fields, and that we sought the quality of services so much that we could not have enough cost-consciousness”.

	Empresa	Fecha	Actividad	Lugar de creación
6	Affligem	1074	Cerveza	Bélgica
7	Barone Ricasoli	1141	Producción de vino y aceite de oliva	Brolio – Italia
8	Budvar	1265	Cervecería	República Checa
9	Stora - Enso	1288	Fabricación de papeles, empaques y productos derivados del bosque	Suecia
10	Barovier & Toso	1295	Fabricación de vidrio cristal	Italia
11	Hotel Pilgrim Haus	1304	Hotel- restaurante	Soest - Alemania
12	Richar de Bas	1326	Procesadora de papeles de alta calidad.	Aubert dáuvergne Francia
14	Augustiner	1328	Cerveza	Alemania
15	Gmachi	1334	Hotel	Austria
16	Franziskaner	1363	Cervecería	Munich - Alemania
17	Torrini Firenze	1369	Manufactura de joyas	Florenia – Italia
18	Lowenbrau	1383	Cervecería	Munich - Alemania
19	Antinori	1385	Producción de vinos	Florenia -Italia
20	Spaten	1397	Cerveza	Alemania
21	Schlenkerla	1405	Taberna	Alemania
22	Zum Goldenen Sternen	1412	Hotel	Suiza
23	Hacker-Pschorr	1417	Cerveza	Alemania
24	Krone	1418	Hotel	Suiza
25	Camuffo	1438	Fabricación de embarcaciones	Portogruaro - Italia
26	Andechs	1455	Cervecería	Alemania
27	Warka	1478	Cervecería	Polonia
28	Baronnie de Coussergues	1495	Vino	Francia

Fuente: tabla construida por el autor.

Las empresas más antiguas del mundo tienen varios elementos comunes: son empresas con productos *comodities*, satisfacen necesidades básicas, son empresas familiares.

a. Productos *comodities*. Las empresas que hacen parte de la lista se caracterizan por producir bienes u ofrecer servicios en los cuales la tecnología no se convierte en un factor esencial para la generación de valor. Se puede ob-

servar que las actividades con mayor representación están en la producción de vino, hospedaje, elaboración de cerveza.

- b. Satisfacen necesidades básicas. En el listado anterior todas las empresas están cubriendo necesidades esenciales en las personas: albergue, alimento, comunicación y necesidades de diversión, fundamentalmente.
- c. Tradición familiar. Todas las empresas de la lista son familiares,

algunas de ellas con gran cantidad de generaciones, es el caso de Hoshi Ryokan, empresa que ha visto pasar 46 generaciones, Antinori con 19 generaciones, Camuffo con 18. La empresa que ocupaba el primer lugar hasta enero del año 2006 era Kongo Gumi. con 46 generaciones.

Otros elementos de análisis nos indican que, en su mayoría, las empresas más antiguas son italianas o alemanas. Alemania es un país que aporta empresas cerveceras y algunos hoteles, mientras que Italia cuen-

ta con empresas en diversas actividades: vinos, joyería, embarcaciones.

1.2. Una aproximación en América Latina y Colombia

Pero ¿qué ocurre en América Latina y en especial en Colombia? ¿Será que la situación observada para las empresas más antiguas del mundo es repetitiva para esta parte del hemisferio?, se presenta la lista de las empresas y posteriormente un análisis de la información.

TABLA 2. Las empresas más antiguas de América Latina

	Empresa	Fecha de creación	País	Actividad
1	Hacienda Los Lingues de San Francisco	1575	Chile	Hotel
2	Pisco Montesierpe	1776	Perú	Producción de pisco
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

Fuente: tabla construida por el autor.

En América latina podemos encontrar un gran aporte de las empresas mexicanas al listado de las más antiguas. Actividades orientadas a la producción de licores nacionales sobresalen. Son empresas familiares que han dado lugar, en el caso de José Cuervo, a grandes marcas de reconocimiento mundial. Al igual que en el listado anterior, la tecnología es importante pero no fundamental para el desarrollo de las compañías.

La situación en el mundo y en América latina es muy similar. Para el caso colombiano encontramos empresas pertenecientes a sectores económicos en los cuales la tecnología sí se convierte en la actualidad en un elemento diferenciador. La compañía más antigua es el ingenio Manuelita, actividad que dadas las necesidades de muchos sectores se torna de gran importancia, porque la tecnología ha transformado su acti-

TABLA 3. Las empresas más antiguas de Colombia que aún viven³

	Empresa	Fecha de creación	Ciudad	Actividad
1	Manuelita	1864	Cali	Ingenio azucarero
2	Banco de Bogotá	1870	Bogotá	Sector financiero
3	Colseguros	1874	Medellín	Sector asegurador
4	JGB	1875	Cali	Industria Farmacéutica
5	Corona	1881	Cali	Cerámicas
6	ETB	1884	Bogotá	Comunicaciones
7	El Espectador	1887	Bogotá	Medios de comunicación impresos
8	EEB	1889	Bogotá	Distribución de energía
9	Bavaria	1889	Bogotá	Cerveza
10	Postobón	1904	Medellín	Bebidas
11	Carvajal	1904	Cali	Imprenta
12	Carulla	1905	Bogotá	Autoservicios
13	Casa Luker	1906	Manizales	Alimentos
14	Coltejer	1907	Medellín	Textiles
15	Samper	1909	Bogotá	Cemento
16	Noel	1916	Medellín	Alimentos
17	Cromos	1916	Bogotá	Medios de comunicación impresos
18	Scadta	1919	Barranquilla	Transporte aéreo
19	Nacional de Chocolates	1920	Medellín	Alimentos
20	Fabricato	1920 (1932)	Medellín	Textiles

Fuente: tabla construida por el autor.

vidad y ahora no solamente el azúcar es utilizada para actividades básicas, sino que se convierte en un elemento que permite reducciones significativas en precios de insumos como la gasolina.

Empresas del sector financiero y asegurador se encuentran en la lista, siendo la tecnología un elemento que permite tener una mejor rentabilidad en el sector, en el que el mejoramiento es una constante.

Compañías dedicadas a la industria textil se tienen en la lista, actividad

dominada en los últimos años por la necesidad de innovar en diseños y texturas que garanticen el satisfacer las necesidades de los clientes.

Encontramos empresas dedicadas a la comunicación impresa, periódica y revistas.

³ Para la construcción de la tabla se consultaron diferentes fuentes, hasta el mes de febrero del año 2006 la empresa más antigua sobre la que se tenía información era Kongo Gumi, fundada en Japón en el año 576. Pero la compañía desaparece en este año.

2. PERDURABILIDAD O LONGEVIDAD

Los listados anteriores nos presentan empresas con muchos años de historia, tanto en Europa, Asia, como América latina. Sin embargo, podríamos afirmar que estas empresas no serían perdurables para algunos autores sino más bien compañías con gran longevidad, ya que la perdurabilidad no sólo está determinada por el tiempo de duración, sino por otras características, como bien se evidencia en la definición del grupo de investigación de la Universidad del Rosario que ya se ha presentado.

Hablar de perdurabilidad no es sencillo, pero hablar de empresas exitosas es una tarea menos complicada. Pero ¿qué define el éxito empresarial? ¿Cuales serán los criterios que nos permitan identificar las empresas exitosas? La perdurabilidad es un reto contemporáneo para sociedades y países en general.

[...] En Colombia, el tema de la problemática empresarial, sólo muy recientemente ha comenzado a perfilarse como campo de la investigación académica y de la docencia. Ha sido la historia empresarial el campo que trata de trabajar el tema, pero el interés por la problemática empresarial no debe implicar que se le considere como el factor causal del crecimiento económico y de la industrialización. Este último es resultado de un conjunto complejo de factores que están mutuamente interrelacionados: acumulación de capital, mano de obra, tecnolo-

gía, mercado, empresariado, conocimiento, cultura, etc.

Dentro del tema de la problemática empresarial es necesario abordar la búsqueda e identificación de los principios administrativos perdurables que distingan a las compañías sobresalientes de las no sobresalientes. Este interrogante surge de la observación de los sectores, en los cuales existen ganadores y perdedores. Pero ambos se encuentran en un entorno con las mismas características. En Norte América existen investigaciones que dan respuesta parcial a este cuestionamiento [...] (Vélez, 2005).

Algunas de esas publicaciones se relacionan a continuación:

Fernández (2003) se refiere a las empresas longevas como aquellas que presentan:

- Comienzos modestos
- Inversión en la gente
- Establecimiento de metas claras

Para Salazar (2001), la cuestión no está en maximizar utilidades, sino sobrevivir en el tiempo, perpetuando el proyecto de la empresa.

En esta misma línea, el autor Nascimento (2001), con base en la entrevista realizada a Arie de Geus, autor del libro *The Living Company*, indica que es necesario que las empresas abandonen la prisión del lenguaje económico. Situación que puede ser una paradoja. Dicho de otra manera, las empresas tienden a morir pronto debido a que sus líderes y mandos

directivos se concentran en la producción y el lucro, olvidando que la empresa es una institución –como otras–, una comunidad de seres humanos que debe estar en el negocio para sobrevivir, y no para morir pasado algún tiempo. La biología, definitivamente, tiene un lenguaje más adecuado que la economía.

En el libro de Nascimento se puede encontrar el planteamiento que indica que es preciso hacer una distinción clara entre las organizaciones que pretenden perpetuar, como los organismos vivos. En el libro se incluye una tabla denominada “Las Matusalén del capitalismo”, en la cual se mencionan algunas de las empresas más antiguas del mundo que ya hemos registrado en el presente trabajo.

Para Geus, la razón para que las empresas permanezcan por tanto tiempo está en que ellas se comportaron como especies vivas. Richard Dawkins en “el gen egoísta” (publicado por Oxford Press University en los años 80) habla de las máquinas de supervivencia de genes para explicar la razón de perpetuación de las especies. En un cierto sentido, podemos encarar las instituciones, las organizaciones, las empresas, como el paso siguiente de este esfuerzo de supervivencia.

De la misma manera, Geus, en su libro *The Living Company*, habla de un trazo mayor que es común a todas las empresas que tienen muchos años de historia, y es el arte de la sensibilidad en relación al entorno.

En 1987, Jagoe publica una obra denominada *Empresas triunfadoras*⁴ o en su título original en inglés *The Winnig Corporation*, posteriormente se publica el texto *Empresas que perduran*,⁵ en ambos textos se presentan recomendaciones para que las empresas sean exitosas, las cuales surgen del estudio de empresas de alto reconocimiento en Estados Unidos.

En nuestro país, algunos esfuerzos realizados por la academia de la administración se han llevado a cabo a través de centros de investigación, para tratar de descubrir los factores o condiciones para la perdurabilidad de las empresas; uno de esos proyectos fue desarrollado en la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, entre los años 1997 a 2000, titulado “Empresas que perduran en Colombia”, proyecto inspirado en el estudio realizado por Collins y Porras (1994) en Norteamérica. Como resultado de este proyecto se publican casos de empresas como Davivienda, Colseguros, Legis, Calesa, entre otros.

La Universidad del Rosario, a través de su Grupo de Perdurabilidad, trata de explicar el fenómeno. La diferencia entre el estudio del Externado y el del Rosario radica en que

⁴ A. L. Jagoe.

⁵ Jim Collins es coautor del texto junto con Jerry I. Porras

el estudio de la Universidad Externado de Colombia tomó como base el texto de Collins y Porras y se elaboró una guía que contenía diez (10) categorías de estudio que se aplicaban al comportamiento de las empresas.⁶ El trabajo de la Universidad del Rosario se fundamenta en que la perdurabilidad es una condición que se explica desde cuatro (4) frentes diferentes:

1. La estrategia explica la forma a través de la cual la empresa se adecua a las condiciones de su entorno sectorial; la capacidad de proyectar a la empresa al futuro son olvidarse del presente y del pasado, tratando de hacer innovaciones permanentes, entendidas éstas como nuevas formas de aplicar los conceptos nuevos, en general innovaciones a través de variedades, necesidades y/o canales.
2. El gobierno de empresa: este componente busca identificar si la empresa perdurable hace uso de los códigos de gobierno como elemento que garantice que tenga una vida sana y estable. Para Vélez (2005) es importante evaluar el rol del gobierno de la empresa y su legitimación frente a la perdurabilidad mediante el estudio del concepto y la realidad empírica de las organizaciones co-

lombianas. Es importante responder a preguntas como estas: ¿qué sentidos estratégicos y gerenciales tiene la ética y la responsabilidad social de la empresa?, ¿cuáles son los efectos de la responsabilidad social en la gobernabilidad empresarial?, ¿cuáles son los imaginarios, las prácticas y experiencias del gobierno corporativo? Estas preguntas podrían ayudar a contestar la pregunta ¿una empresa perdurable se preocupa por el buen gobierno? ¿O la longevidad no lo requiere?, pero para tener tantas generaciones implicaría haber abordado el tema.

3. La gestión del conocimiento: la transformación de datos en información que permita tomar decisiones a los directores de las empresas para generar conocimiento se convierte en un elemento que podría garantizar la perdurabilidad de una empresa. La gestión del conocimiento y el aprendizaje permiten la perdurabilidad.
4. La cultura organizacional: finalmente es necesario explorar si la perdurabilidad de una empresa esta influida por la cultura que se vive en su interior y la manera como ésta es aceptada por sus diferentes grupos de interés. Tras este recorrido por algunas investigaciones que buscaban dar respuesta a por qué las empresas son exitosas, y en algunos casos explicar el fenómeno de la perdurabilidad, se puede concluir que una organización perdurable

⁶ Las categorías definidas fueron: historia, entorno, proceso estratégico, producto, tecnología, mercado, aspectos financieros, organización humano cultural y responsabilidad social.

es aquella que vive decenios tras decenios a lo largo de muchas generaciones, perpetuando el proyecto de empresa.

La empresa se concibe como una comunidad de seres humanos en la que todos sus sistemas y componentes funcionan de una forma adecuada, sin caer en la obsolescencia y con una innata repulsión a conformarse con lo que se ha alcanzado, con una alta sensibilidad con el entorno, conservando su ideología central, concentrada en lo que potencialmente puede hacer mejor que todas, con crecimiento rentable y sustentado.

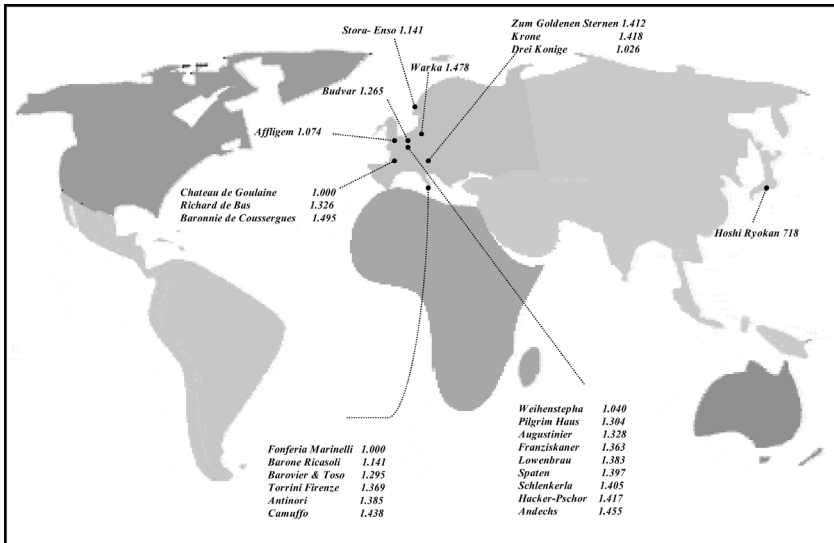
Lo estratégico, lo cultural, lo cognitivo y lo normativo, son variables

categorías de la administración pertinente, son los elementos de la perdurabilidad y la longevidad. Algunas de esas empresas perdurables han logrado implementar estrategias de ruptura; es decir, actividades singulares que permiten ventajas únicas y difícilmente imitables.

Las estrategias de ruptura en algunos casos son originadas por eventos precipitantes, entendidos estos como situaciones que han originado transformación de importancia dentro de las empresas.

Tras ese análisis podemos indicar que una empresa que ha durado mucho tiempo podría ser considerada como un mito dentro del sector.

GRÁFICO 1. Cartografía de las empresas más antiguas del mundo



El gráfico anterior nos permite observar cómo 15 de las 25 empresas más antiguas del mundo que aún viven fueron fundadas en Italia y Alemania, tres en Francia, dos en Suiza; y cuentan con una empresa países como Japón, Bélgica, Polonia, Suecia y la República Checa.

BIBLIOGRAFÍA

- Collins, James; Porras, Jerry (1996) *Empresas que perduran*, Bogotá, Editorial Norma.
- Collins, James; Porras, Jerry (2002) *Empresas que sobresalen*. Bogotá, Editorial Norma.
- Crosby, Philip (1989) *La organización permanentemente exitosa*, México, McGraw Hill.
- De Geus, Arie (2002) *The Living Company*. Boston, Harvard Business School Press.
- Eliade, Mircea (1992) *Mito y realidad*, segunda edición, España, Editorial labor S.A.
- Fernández, Guadalupe (2003). "Claves para sobrevivir", diario *La Nación*, Universidad del Cema, Argentina.
- Hubner, Kart (1996) *La verdad del mito*, México, siglo XXI editores.
- Losey, A.F. (1990) *Dialéctica del mito*. T.M. Editores e impresores Ltda.: Bogotá.
- Nascimento Rodríguez, Jorge (2001) *El secreto de la longevidad de las empresas*. Entrevista con Arie de Geus, sobre su libro "The living Company". www.gurus.com.
- O'Hara, William (2004) *Centuries of Success*. Adams Media and FW Publications Company. USA.
- Pereyra, Estella (2003) *¿Por qué perduran algunas empresas?*, [http://articulos.astalaweb.com/Negocios%20-%20Gesti%C3%B3n%20empresarialPor%20qu%C3%A9%20perduran%20algunas %20empresas.asp](http://articulos.astalaweb.com/Negocios%20-%20Gesti%C3%B3n%20empresarialPor%20qu%C3%A9%20perduran%20algunas%20empresas.asp).
- Revista Dinero*, publicación No. 214 de septiembre, año 2005.
- Revista Gestión*, Volumen 5 /Número 1/ febrero-marzo, 2002.
- Revista Gestión*, Volumen 6 /Número 1/ febrero-marzo, 2003.
- Salazar, Chambers (2001) *Definiciones y alcance del desarrollo sostenible*, Editorial Panamá, S.A. www.epsa.com.
- Vélez Bedoya, Rodrigo et ál. (2005) *Protocolo de investigación del Grupo de Perdurabilidad Empresarial*, Facultad de Administración, Universidad del Rosario, Bogotá, D.C. &