

Heterogeneidad en el tamaño de las empresas familiares: el caso de México

Heterogeneity in the size of family firms: the case of Mexico

Fernanda Canale Segovia*

Universidad Panamericana
fcanale@up.edu.mx

Carlos López-Hernández⁺

Universidad Panamericana
calopez@up.edu.mx

* Autor corresponsal.

⁺ Universidad Panamericana, Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales, Prolongación Calzada Circunvalación Poniente 49, Zapopan, Jalisco, 45010, MÉXICO

RESUMEN

Un gran porcentaje de las empresas en México pueden ser clasificadas como empresas familiares. Estas tienen una realidad diferente a aquellas que no son familiares. Diversos temas, como la sucesión (es decir, la transferencia de liderazgo y propiedad de una generación a otra), la dirección y el control accionario, el plan de carrera y plan de contratación para miembros de la familia en la empresa, entre otros, deben ser resueltos para asegurar la permanencia de estas firmas. Una variable que ayuda a establecer el alcance de estos asuntos es el tamaño de las firmas. La cuestión que se intenta resolver en este estudio es si existe una homogenización en la clasificación del tamaño y dimensionamiento de las empresas familiares en México, y encontramos que no existe dicho patrón. Adicionalmente, se realiza una revisión bibliográfica sobre el tamaño de empresas, y una revisión empírica de empresas familiares, tanto privadas como públicas en México, concluyendo que es necesario utilizar una clasificación de tipo multivariable, que contemple simultáneamente las ventas, el número de empleados y los activos de las empresas, así como las estructuras organizacionales modernas que pudieran influir en su categorización.

ABSTRACT

A large percentage of Mexican firms can be classified as family businesses. These have a different reality from those that are not family-owned. Issues such as succession (understood as the transference of the firm's ownership to successive generations), management and stock ownership, career plan and hiring plan for family members by the company, among many others, must be resolved to ensure these firms' permanence. Firm size is variable that helps establish the scope of these issues. The question we sought to answer in this research is whether there is a homogenization in the classification of size and dimension of family businesses in Mexico. We found that there is no such pattern. We conducted an exhaustive literature review on company size, as well as an empirical study based on cases of private and public family firms in Mexico. We concluded that it is necessary to generate a multivariable classification that should simultaneously consider sales, number of employees and company assets, as well as any modern organizational structures that could have an impact on their categorization.

INFORMACIÓN ARTÍCULO

Recibido: 23 de Marzo 2018
Aceptado: 25 de Mayo 2018

Palabras Claves:

Empresa familiar
Estructura organizacional
Heterogeneidad

ARTICLE INFO

Received: 23 March 2018
Accepted: 25 May 2018

Keywords:

Family firm
Organizational structure
Heterogeneity

INTRODUCCIÓN

En México el número de empresas familiares grandes, medianas y pequeñas es muy grande (KPMG en México, 2013). En los últimos años el tema de empresas familiares ha sido sujeto de estudio por muchos investigadores y México no ha sido la excepción (Be-lausteguigoitia, 2003; Durán y San Martín, 2016). En la mayoría de estos estudios se hace mención del “tamaño” de las empresas familiares. El tamaño de una empresa no familiar es importante (Boeri, 1989), pero pensamos que lo es aún más en una empresa familiar, ya que existen situaciones particulares en este tipo de estructura como la sucesión, los órganos de gobierno y la repartición accionaria, cuya complejidad se intensifica cuando su tamaño aumenta. En este manuscrito pretendemos responder mediante el estudio de casos de empresas familiares públicas y privadas en México, si existe o no heterogeneidad en la variable que se utiliza para definir su tamaño.

Hopenhayn (2016), menciona que un problema mayor al tratar de explicar el desarrollo de los países con base en el tamaño de las empresas es la falta de datos comparables (en las dimensiones de la misma). Pagano y Schivardi (2003), aseguran en su estudio de productividad, que la distribución sectorial del tamaño de las firmas en Europa presenta diferencias sustanciales aun cuando la mayoría utiliza el número de empleados como base, ya que los rangos eran disímiles. Nagaraj y Prabal (2014), aseguran que en la India el tamaño de las empresas se define con los activos y no con el número de empleados, como sucede en el caso de Estados Unidos de Norteamérica (EE. UU.) y en la Unión Europea.

Esta heterogeneidad en el tamaño de las empresas, también en el caso de las familiares, presenta un problema al momento de estudiarlas. En este estudio de caso planteamos como hipótesis la existencia de heterogeneidad en el tamaño de las empresas familiares públicas y privadas en México y realizamos un estudio sobre la base de casos.

La estructura del presente trabajo se organiza de la siguiente manera: en la primera parte abordamos el concepto de una empresa familiar; en la segunda, exponemos diferentes visiones que existen para definir el concepto del tamaño de una empresa y explicamos por qué existe heterogeneidad en el uso del concepto; en la tercera, presentamos la metodología utilizada; en la siguiente parte analizamos casos como ejemplo de clasificación de tamaño en empresas fa-

miliares en México, discutimos los hallazgos y, por último, presentamos conclusiones y recomendaciones para estudios posteriores.

EMPRESAS FAMILIARES

Una cuarta parte de las empresas europeas más grandes son familiares y este número se incrementa significativamente en países emergentes alcanzando inclusive el 60% (Centro de Liderazgo a través del Conocimiento Llorente y Cuenca, 2015). Por su parte, en México el 90% de las empresas públicas cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) tiene una representación familiar significativa en el capital y el control. También las empresas pequeñas y medianas en México son en su mayoría familiares (KPMG en México, 2013). En países como EE.UU. hasta el 95% de los negocios son controlados por familias (Shanker y Astrachan, 1996). Debido a la importancia de la empresa familiar, muchos autores han estudiado este concepto desde diferentes perspectivas en los últimos años (Cabrera-Suárez, De Saá-Pérez y García-Almeida, 2001).

El concepto de “empresa familiar” es amplio y ha sido abordado desde diferentes perspectivas por los autores pioneros en su investigación (Davis, 1982; Ward, 1987; Sharma, Chrisman y Chua, 1996). Su estudio es complejo por las dinámicas generadas entre los subsistemas que la conforman y porque hay todavía un gran número de conceptos en los que los investigadores no han coincidido. Carsrud (1994), la define como la firma cuya propiedad accionaria y definición de las políticas son principalmente realizadas por miembros de lo que él llama “grupo de parentesco emocional”. Autores como Neil y Kenneth (1997), definen a la empresa familiar como aquella en donde la familia está involucrada en el negocio, tanto en la posesión como en su dirección.

Uno de los principales retos que presentan las empresas familiares es la supervivencia inter-generacional, ya que muchas no subsisten el paso de la segunda a la tercera generación (Morris, Williams, Allen y Ávila, 1997). Este fenómeno, conocido como sucesión, es uno de los principales tópicos de estudio de los investigadores en el tema. Entre 1997 y 2002 más del 40% de las empresas familiares comenzó o esperaba comenzar el proceso de sucesión entre el dueño y su sucesor (Nelton, 1997). El liderazgo en las empresas familiares (Dumas, 1998) es otro de los temas que se

estudia y que tiene también estrecha relación con la sucesión y transición.

Dimensionar incorrectamente el tamaño de una empresa familiar podría generar confusiones en su manejo y en cuanto a las recomendaciones adecuadas cara a la sucesión, dando, por ejemplo, trato similar a todas aquellas que de momento pertenezcan a una misma categoría, cuando en realidad viven dinámicas esencialmente distintas que exigen tratamiento y pronóstico diferente. Una clasificación homogeneizada que utilice las mismas variables para definir su tamaño facilitaría la comprensión de los mismos. En el siguiente apartado presentamos la bibliografía más relevante que abarca el tema de la definición en cuanto a conceptos del tamaño de las empresas, mismo que puede ser aplicado sin ninguna restricción a las empresas de tipo familiar.

HETEROGENEIDAD EN EL DIMENSIONAMIENTO DEL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

La heterogeneidad en el uso de una variable que defina el tamaño de la empresa es común. El tema ha sido estudiado por diversos autores y es una variable relevante que, como asegura Boeri (1989), impacta directamente a la estrategia de la empresa.

El concepto de tamaño de empresa es relativamente sencillo de comprender cuando se tiene clara la unidad de medida. Adicionalmente, como menciona Horváth y Hajdu (1980), el primer problema sobre el tamaño de la empresa es clarificar tanto el sujeto de la pregunta como la noción de la firma. Horváth y Hajdu (1980) estudiaron que son normales las diferencias y controversias que existen en conceptos básicos como lo que es una "firma", y mencionan también que el concepto del "tamaño de la firma" es uno de estos conceptos controversiales, ya que puede ser abarcado en varios niveles, el primer nivel es el sistema social que contesta qué tamaño es el ideal para satisfacer las necesidades sociales; el siguiente nivel se relaciona con la división social del trabajo y el último es el de la administración de la empresa que tiene que ver con el control.

A pesar de que existe un gran número de investigaciones al respecto, la variable utilizada para definir el tamaño de las firmas es diferente. El primero la clasifica por el número de empleados, por ejemplo: Krugman (1991), Baldwin y Gorecki (1986); Evans (1987), Hall (1987), Leonard (1986) y Leonard (1988), Dunnet

y Roberts (1989) y Samuelson (1989). Horváth y Hajdu (1980) establecen que una firma pequeña es la que posee menos de 500 empleados, la mediana entre 500 y 1000 y grande con más de 1000 empleados. Otros autores mencionan que una firma con menos de 1000 empleados es pequeña y con más de 1000 es grande y no mencionan un tamaño para la mediana (Monsen y Downs, 1965, págs. 222-223). Horváth y Hajdu (1980) mencionan que actualmente el número ha sido modificado por lo que una empresa pequeña tiene menos de 1000 empleados, una mediana entre 1000 y 5000 y una grande más de 5000. Acs y Audretsch (1987) denominan a las grandes firmas "innovadoras" con más de 500 empleados; mientras que para Carvalho (2008) una empresa pequeña tendría menos de 100 empleados, una mediana entre 100 y 500 y una grande 500 o más empleados. El tamaño de las empresas ha sido también una variable socorrida para estudios de tipo económico industrial de gran relevancia, como el realizado por Krugman (1991), donde explica la concentración geográfica empresarial con base a un coeficiente de Gini (Amiti, 1998). Aquí el tamaño es definido por el número de empleados contratados por las empresas nacionales de los EE.UU. y su participación en las distintas industrias.

El segundo tipo de clasificación de tamaño de las empresas es por activos, refiriéndose a todos los recursos materiales y bienes que están bajo el control de la empresa. Autores como Alexander (1949); Simon (1955); Bonini (1975); Hymer y Pashigian (1962); Singh y Whittington (1975) y Nagaraj y Prabal (2014), han optado por utilizar esta determinante. Hall y Weiss (1967) han sido unos de los principales defensores de dimensionar a las empresas bajo esta variable ya que, como mencionan, la definición del tamaño de la empresa con base en activos es muy superior a aquellas que utilizan las variables de ventas y empleados, ya que estas dos variables no determinan en lo absoluto la dificultad que tienen las empresas -en especial las que cuentan con grandes sumas de activos- para financiarse, como una limitante de entrada a ciertas industrias.

El tercero es por ventas (anuales). Una firma considerada pequeña con base en esta variable tendrá ingresos menores a 10 millones de dólares, una mediana tendrá ventas de entre 10 y 100 millones de dólares y una gran empresa venderá más de 100 millones de dólares (Weigand, 1963, págs. 231-233). Sin duda, estos montos son modificados a través del tiempo y existen listados de empresas, como las pre-

sentadas en la revista *Forbes*, donde es fácil visualizar el cambio año tras año. Por otro lado, Coase (1937) asumía de cierta forma las ventas como la variable determinante para el tamaño de las firmas, ya que diferenciaba a las firmas grandes y pequeñas en función del número de sus transacciones.

El cuarto determinante del tamaño de la firma es el que se basa en un conjunto de n firmas pequeñas independientes, donde el tamaño de una firma grande estará definido por el número de veces que representa a una pequeña, ns (Dyckman y Stekler, 1965). Esta medida tiene que ver con que “los economistas tienden a ver las firmas como jugadores de un juego económico con múltiples actores, y que su interés es más en el juego que en los resultados” (Nelton, 1991, pág. 61).

Comprobamos que existen diferentes maneras de determinar el tamaño de las empresas, y consideramos que cuatro de ellas son las más relevantes: el número de empleados, los activos propiedad de la empresa, las ventas generadas y el número de pequeñas empresas que conforman el tamaño de una grande. Para este estudio usaremos las primeras tres variables mencionadas, presentando en el siguiente apartado algunos casos contrastantes de empresas familiares mexicanas. La cuarta variable no será utilizada, dado que presenta una definición circular.

METODOLOGÍA

La metodología que seguimos en este estudio se basó principalmente en analizar fuentes secundarias. Realizamos una revisión a la bibliografía concerniente a las empresas familiares y al concepto del tamaño de éstas, y después efectuamos un estudio empírico en diferentes casos de empresas familiares mexicanas de diferentes características, agrupadas en dos bloques: empresas familiares que cotizan en la BMV, y empresas privadas de distintos giros. En cada uno de los casos seleccionados analizamos las tres variables: número de empleados, ventas y activos, facilitando así la base de comparación entre los diferentes casos, pudiendo encontrar similitudes y desacuerdos en cuanto a las definiciones antes mencionadas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Empresas familiares que cotizan en la BMV

En la muestra de empresas familiares se evidencia que no existe heterogeneidad para definir el tamaño de las empresas, ya que unas se refieren a su dimensionamiento con base en el número de empleados, otras en las ventas anuales y algunas lo hacen con base en los activos. En la Tabla 1 se presenta el análisis comparativo de la muestra de empresas, generalmente consideradas como “grandes”, principalmente por ser públicas.

Tabla 1. Variables de clasificación de tamaño de empresas para firmas de la BMV.

Empresa	Número de empleados	Ventas anuales*	Activos totales*
Fibra Uno Administración, SA ^a de CV ^b	193	717 203	10 931 383
Telesites, SAB ^c de CV	220	287 221	10 931 383
Casa de Bolsa Finamex, SAB de CV	279	5 806	2 098 134
Planigrupo LATAM, SAB de CV	315	57 584	702 493
Urbi Desarrollos Urbanos, SAB de CV	514	34 524	297 694
Edoardos Martín, SAB de CV	556	5 052	10 546
Desarrolladora Homex, SAP de CV	1 481	20 732	311 105
OHL México, SAB de CV	1 582	1 123 343	7 749 352
Grupo México, SAB de CV	30 507	480 048	1 294 754
Corporativo Fragua, SAB de CV	36 922	480 048	1 046 005

^a Sociedad Anónima, ^b Capital Variable, ^c Sociedad Anónima Bursátil

Montos en dinero se encuentran expresados en miles de dólares estadounidenses, a valor de tipo de cambio MXN20.3863 del 5 de junio de 2018.

Fuente: Elaboración propia con datos de la BMV.

Se analizaron casos de firmas familiares cotizando en la BMV que, de acuerdo al número de empleados, caben dentro de la categoría de empresas pequeñas según Horváth y Hajdu (1980), tales como Fibra Uno Administración, Telesites, Casa de Bolsa Finamex, Planigrupo Latam, Urbi Desarrollos Urbanos y Edoardos Martín. Paralelamente, estas mismas firmas, exceptuando a Urbi Desarrollos Urbanos y Edoardos Martín, serían clasificadas como medianas según Carvalho (2008).

De acuerdo a la clasificación de ventas anuales según Weigand (1963), se encontró que Casa de Bolsa Finamex y Edoardos Martín podrían seguir siendo clasificadas como pequeñas; que Planigrupo Latam, Urbi Desarrollos Urbanos y Desarrolladora Homex se agrupan dentro de las empresas medianas; mientras que Fibra Uno Administración y Telesite cuentan con ventas anuales superiores a los USD\$100 millones, por lo que se clasificarían en el conjunto de grandes empresas.

Un caso significativo es Fibra Uno Administración, que con solo 193 empleados, alcanza ventas anuales por encima de los USD\$700 millones y activos superiores a los USD\$10 900 millones (comparable con los montos en activos de Grupo Bimbo, empresa de más de 337 mil empleados). En la misma línea, Telesites, con 220 empleados, vende más de USD\$280 millones (por encima de empresas con más de 10 veces su número de empleados, tales como Monex) y tiene activos de más del doble de otras firmas como Corporativo Fragua (con casi 37 mil empleados) y

Controladora Vuela Compañía de Aviación (con más de cuatro mil empleados).

Empresas familiares privadas

Después de los hallazgos encontrados en empresas que cotizan dentro de la BMV, se seleccionaron diez casos de firmas familiares privadas de distintos giros y ciudades de México, donde se analizaron también las tres variables de clasificación para definir el tamaño de una empresa.

La Tabla 2 ilustra los datos obtenidos de dichas empresas en las que se les nombra por el sector industrial al que pertenecen, para cuidar la privacidad de la información a ser estudiada, como petición expresa de los propietarios que la facilitaron.

Los hallazgos en empresas familiares privadas fueron similares a los de las firmas que cotizan en la BMV. Tal es el caso de la empresa de servicios financieros, quien con solo USD\$18 mil en activos y 40 empleados (propios de una empresa pequeña), alcanza ventas por encima de los USD\$9 millones, catalogándose como mediana de acuerdo a esta clasificación. La purificadora y condensadora de agua, de igual forma, supera los USD\$10 millones en ventas con 88 empleados y la empresa de venta por catálogo lo hace con 135 trabajadores.

Por otro lado, se encuentran diferentes rangos de ventas, así como de activos y número de empleados al comparar estas empresas entre sí. Encontramos

Tabla 2. Variables de clasificación de tamaño de empresas para firmas familiares privadas.

Empresa	Número de empleados	Ventas anuales	Activos totales
Empresa de desarrollo inmobiliario	7	3 924	1 962
Empresa de servicios financieros	40	9 418	18
Empresa purificadora y condensadora de agua	88	10 252	8 780
Empresa constructora #1	90	2 943	147
Empresa de comercialización de productos industriales	105	6 524	2
Empresa de comercialización de productos de belleza	116	3 554	2 200
Empresa de fabricación y venta de empaques	130	4 071	1 619
Empresa de venta por catálogo	135	10 982	883
Empresa constructora #2	180	3 188	196
Empresa maquiladora de productos de higiene personal	220	7 760	2 995

Montos en dinero se encuentran expresados en miles de dólares estadounidenses, a valor de tipo de cambio MXN20.3863 del 5 de junio de 2018.

Fuente: Elaboración propia.

que la comercializadora de productos industriales alcanza ventas por USD\$6.5 millones, teniendo solo 2 mil dólares en activos y la empresa de servicios financieros supera los USD\$9 millones con 18 mil en activos, mientras que la desarrolladora inmobiliaria tiene activos por casi USD\$2 millones para alcanzar ventas por cerca de USD\$4 millones.

Se puede observar que, para ventas anuales similares, como es el caso de la purificadora y condensadora de agua con USD\$10 millones y la empresa de venta por catálogo con casi USD\$11 millones, la relación guardada con los activos es significativamente distinta. Mientras que la primera mantiene un total de USD\$8.8 millones en activos, dándole una proporción de ventas de 1.17 veces sus activos, la segunda los tiene por USD\$0.9 millones, y por consiguiente, una proporción de ventas de 12.39 veces sus activos. Al realizar la comparación con base en su número de empleados, podemos afirmar que en promedio para la primera, un empleado produce USD\$116 mil en ventas anuales, mientras que para la segunda USD\$81 mil.

Se observa también que empresas del mismo giro, con ventas anuales y activos comparables, muestran diferencias significativas en el número de empleados. Tal es el caso de las constructoras: la #2 alcanza USD\$245 mil más en ventas (8.3% más que la #1) y USD\$49 mil más en activos (33.3% más que la #1), con exactamente el doble de personal. De manera similar, se observa cómo la empresa de desarrollo inmobiliario con USD\$3.9 millones de ventas anuales, supera en ventas a las dos empresas constructoras y se compara con la de fabricación y venta de empaques, contando solamente con siete empleados, en comparación con los 90, 180 y 135 que tienen las otras respectivamente.

Al comparar estas empresas familiares privadas que se denominan como pequeñas, encontramos que algunas superan en ventas y número de empleados a firmas familiares de tipo públicas. En cuanto a las ventas anuales, se tiene el caso de Edoardos Martín, que es superada en ventas por las empresas de servicios financieros, de comercialización de productos industriales, de venta por catálogo, de maquila de productos de higiene personal, así como la purificadora y condensadora de agua. Con relación al número de empleados, notamos que la empresa maquiladora de productos de higiene personal se encuentra por encima de Fibra Uno Administración y se equipara con Telesites, aun cuando su facturación es decenas

de veces menor.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Se encontró que las empresas familiares en México forman parte de alguna de las distintas clasificaciones estudiadas, como el número de empleados Monssen y Downs (1965), Horváth y Hajdu (1980), Acs y Audretsch (1987) y Carvalho (2008); activos (Hall y Weiss, 1967), y ventas o ingresos (Coase, 1937) y Weigard (1963), e inclusive la que ha sido utilizada en estudios económicos.

En las empresas familiares convergen tres realidades, dándole una estructura distinta a aquellas de carácter no familiar. Estas realidades o subsistemas son: el gobierno y la propiedad de la empresa, la dirección de la firma, así como la organización y las relaciones familiares (Tagiuri y Davis, 1996). Este funcionamiento interrelacionado de las tres realidades de la empresa familiar resulta una mayor complejidad en la medida que el tamaño de la empresa aumenta, dado que se incrementan los problemas en la dirección, en el poder accionario y pueden surgir también diferencias familiares con relación a la sucesión del liderazgo y la propiedad de la empresa.

El objetivo de este estudio fue probar si, utilizando las variables de dimensionamiento de empresas familiares, existía o no una forma heterogénea de clasificación. La respuesta fue positiva tanto en los casos de empresas familiares que cotizan en la BMV, como en las privadas.

Consideramos que la principal aportación de este estudio es plantear una problemática de clasificación que necesita ser resuelta en su conjunto. Nuestra propuesta consiste en proporcionar y aclarar el tipo de variable que se utiliza al momento de dimensionar el tamaño de la empresa familiar, pudiendo ser ventas anuales, número de empleados o activos. Esta recomendación cobra relevancia cuando se comparan entre sí bases de datos de empresas familiares, cuya variable de dimensionamiento del tamaño es completamente diferente y heterogénea, cuando una misma firma utiliza las ventas en un caso y los activos en otro. Dicha clasificación debe también reconocer la realidad actual de la estructura empresarial familiar donde existen firmas de naturaleza variada, por ejemplo, por ser de la nueva economía o de la economía colaborativa, donde el número de empleados y los activos propios de la empresa podrían no ser un limitante de su tamaño ni guardar relación directa

con sus ventas.

Por último y como una limitación de este estudio, sugerimos que en futuros se amplíe el espectro de empresas, tanto en número como en localización geográfica, puesto que la presente solamente analiza empresas familiares privadas y públicas en México.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. y D. Audretsch (1987). Innovation, market structure and firm size. *The Review of Economics and Statistics*, 69(4).
- Alexander, S. S. (1949). The effect of size of manufacturing corporation on the distribution of the rate of return. *Review of Economic and Statistics*, 31(3), 229-235.
- Amiti, M. (1998). New trade theories and industrial location in the EU: a survey of evidence. *Oxford Review of Economic Policy*, 45-53.
- Baldwin, J. R., y Gorecki, P. K. (1986). The dynamics of firms turnover. *Economic Council of Canada*.
- Belausteguigoitia, I. (2003). Empresas familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación. México: McGraw-Hill.
- Boeri, T. (1989). Does firm size matter? *Giornale degli Economisti e Annali di Economia*. Nuova Serie, 477-495.
- Bonini, C. P. (1975). The size distribution of business firms. *American Economic Review*, 48(4), 129.
- Cabrera-Suárez, K., De Saá-Pérez, P., y García-Almeida, D. (2001). The succession process from a resource-and knowledge-based view of the family firm. *Family Business Review*, 37-46.
- Carsrud, A. (1994). Meanderings of a resurrected psychologist, or lessons learned in creating a family business program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 39-48.
- Centro de Liderazgo a través del Conocimiento Llorente y Cuenca. (2015). Empresas familiares latinas: más gobierno, mejores empresas. Madrid, España: Llorente y Cuenca.
- Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, New Series, 386-405.
- De Carvalho, A. G. (2008). The effect of size and institutional development on the growth of brazilian firms. Fundacao Getulio Vargas School of Business at Sao Paulo, 1-21.
- Davis, J. A. (1982). The influence of life stage on father-son work relationships in family companies. Doctoral dissertation, Harvard Business School.
- Dumas, C. (1998). Women's pathways to participation and leadership in the famili-owned firm. *Family Business Review*, 11(3), 219-228.
- Dunnet, T., y Roberts, M. J. (1989). Inter-industry variation in producer turnover in U.S manufacturing. Paper presented at the Conference on "Dynamic Aspect of Firm and Industry Behaviour.
- Durán, J. y San Martín, J. M. (2016). Evolución de la planeación estratégica en la empresa familiar en México. En Panorama de la Administración en México, Duhamel, F. y Gutiérrez, I. Edit. UDLAP. Puebla, México
- Dyckman, T., y Stekler, H. (1965). Firm size and variability. *The Journal of Industrial Economics*, 214-218.
- Evans. (1987). Tests of alternative theories of firm growth. *Journal of Political Economy*, 94(4), 657-674.
- Hall, B. H. (1987). The relationship between firm size and firm growth in the US manufacturing sector. *Journal of Industrial Economics*, 35(4), 583-606.
- Hall, M., y Weiss, L. (1967). Firm size and profitability. The MIT Press, 319-331.
- Hopenhayn, H. (2016). Firm size and development. *Economía*, 17(1), 27-49.
- Horváth, C., y Hajdu, G. (1980). On the size of the firm. *Eastern European Economics*, 34-62.
- Hymer, S., y Pashigian, P. (1962). Firm size and rate of growth. *Journal of Political Economy*, 72(6), 556-569.
- KPMG en México. (2013). Empresas familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer. México D.F. : KPMG Cárdenas Dosal S.C.
- Krugman, P. (1991). Geography and trade. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Leonard, J. S. (1986). On the size distribution of employment and establishments. Nber Working Paper, 1951.
- Leonard, J. S. (1988). Firm and establishment growth

- and stability. Paper presented at the NBER Conference on "Dinamic Aspect of Firm and Industry Behaviour.
- Monsen, J. R., y Downs, A. (1965). A theory of large managerial firms. *The Journal of Political Economy*, 221-236.
- Morris, M. H., Williams, R. O., Allen, J. A., y Ávila, R. A. (1997). Correlates of success in family business transitions. *Journal of Business Venturing*, 12, 385-401.
- Nagaraj, P., y P. K. (2014). Productivity and firm size in India. *Small Business Economics*, 42(4), 891-907.
- Neil, C. C., y Kenneth, J. H. (1997). Non-market-based transfers of wealth and power: a research framework for family business. *Family Business Review*, 10(1), 53-67.
- Nelton, S. (1991). Ten keys to success in family business. *Nations Bussiness*, 79, 44-45.
- Nelton, S. (1997). Major shifts in leadership lie ahead. *Nation's Business*, 85(6), 56-57.
- Pagano, P., y Schivardi, F. (2003). Firm size distribution and growth. *The Scandinavian Journal of Economics*, 105(2), 255-274.
- Samuelson, L. (1989). Plant turnover and gross employment flows in the U.S. manufacturing sector. *Journal of Labour Economics*, 7(1), 47-71.
- Shanker, M. C., y Astrachan, J. H. (1996). Myths and realities: family businesses' contribution to the U.S. economy. A framework for assessing family business statistics. *Family Business Review*, 9(2), 107-123.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., y Chua, J. H. (1996). A review and annotated bibliography of family business studies. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Simon, H. A. (1955). On a class of skew disitribution functions. *Biometrika*, 42(3-4), 425-440.
- Singh, A., y Whittington, G. (1975). The size and growth of firms. *Review of Economic Studies*, 42(1), 15-26.
- Tagiuri, R., y Davis, J. (1996). Bivalent attributes of the family firm. *Family business review*, 9(2), 199-208.
- Ward, J. L. (1987). Keeping the family business healthy. San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Weigand, R. E. (1963). The marketing organization, channels, and firm size. *The Journal of Business*, 228-236.