

Emprendimiento y patrimonio empresarial

Mariano Castro-Valdivia

Universidad de Jaén

mcastro@ujaen.es

María José Vargas-Machuca-Salido

Universidad de Jaén

mjvargas@ujaen.es

Juan Manuel Matés-Barco

Universidad de Jaén

jmmates@ujaen.es

RESUMEN

El estudio del patrimonio empresarial puede potenciar el emprendimiento en una sociedad al identificar modelos a imitar. Con tal fin se estudia cómo la redacción de historias de empresas y de biografías de empresarios son instrumentos válidos para fomentar la cultura empresarial. Asimismo, se realiza una breve aproximación a la evolución del concepto de empresario que han desarrollado los grandes economistas. Por otro lado, se desarrollan algunas cuestiones básicas para promover entre los alumnos del Grado de Administración y Dirección de Empresas el interés por la innovación y el emprendimiento.

Palabras Clave: Emprendimiento; Patrimonio Empresarial; Empresa; Empresarios; Historia de la Empresa.

1. INTRODUCCIÓN

El empresario, en general, no es reconocido en nuestra sociedad de forma positiva. Muchas veces, se piensa en él de manera despectiva, ya que ciertos comportamientos abusivos, principalmente sobre los trabajadores, ha generado esta percepción negativa sobre su figura. No obstante, es necesario cambiar esta idea, ya que el empresario se ha convertido en un factor relevante para explicar el proceso de crecimiento y desarrollo económico.

En este momento, el modelo de crecimiento del primer mundo ha generado un incremento de la tasa de paro en los países desarrollados debido a la deslocalización de las empresas existentes. La densidad del tejido industrial ha disminuido de forma significativa en algunos de estos estados por lo que se hace necesario promover la iniciativa empresarial para erradicar la lacra social del desempleo.

En este contexto, este trabajo ha surgido de la experiencia diaria de varios profesores de la Universidad de Jaén, que desarrollan su actividad académica con alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas y con estudiantes del Grado de Finanzas y Contabilidad. Esencialmente, el objetivo es prestar herramientas que permitan conocer la función de la empresa como motor de la economía y promover entre sus discípulos interés por erigirse en futuros emprendedores. Curiosamente, en estas titulaciones los anhelos de los aspirantes están en amplia contradicción con las pretensiones que se les suponen a los alumnos de Administración y Dirección de Empresas. Por tanto, el objetivo de este trabajo es explicar la utilización del patrimonio empresarial en las clases presenciales, con la intención de fomentar el emprendimiento. El capítulo, tras este epígrafe introductorio, se ha dividido en dos apartados que abordan esta cuestión. En primer lugar, se analizan los factores determinantes que promueven una actitud emprendedora entre los alumnos. Y, en segundo, se describe el concepto de patrimonio empresarial, así como su difusión para potenciar el emprendimiento. Por último, se presentan unas breves conclusiones y las referencias bibliográficas empleadas en esta investigación.

2. ¿QUÉ DETERMINA EL FACTOR EMPRESARIAL?

Responder a esta pregunta no es sencillo. Resulta complejo indicar la dirección en la que actúa la casualidad a la hora de determinar el factor empresarial: si fueron los empresarios los que promovieron el desarrollo o si fue éste el que estimuló su aparición. Lo más probable es que la influencia fuese circular¹. No obstante, hay que conocer la evolución del concepto de empresario para indicar los factores determinantes que promueven el emprendimiento en los individuos.

Richard Cantillon (1680-1734) fue el primero en establecer una teoría del empresario vinculada al concepto de incertidumbre; es decir, en asumir que el riesgo de una actividad es lo que determina si un agente económico es empresario o no. Jean-Baptiste Say (1767-1832) continuó el planteamiento de Cantillon y rompió con las ideas expuestas por los economistas clásicos ingleses al diferenciar entre beneficio capitalista y el beneficio empresarial. Defendía que la retribución del capital no era beneficio empresarial, puesto que este se obtenía al asumir el riesgo de una actividad comercial. El planteamiento de Say aportó otra idea más a la teoría del empresario. Éste es el agente principal de la producción, el que combina los factores productivos e introduce este nuevo actor en la trilogía tradicional de los intervinientes en el proceso productivo: terratenientes, trabajadores y capitalistas, de tal manera que sin los *entrepreneurs* no existiría la nueva industria².

-
- 1 GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Manuel Jesús. “La empresa en la historia del pensamiento económico”, en LLORDÉN MIÑANBRES, M. (coord.), *De empresas y empresarios en la España contemporánea*, Oviedo: Universidad de Oviedo, 1995, pp. 13-28.
 - 2 CASTRO VALDIVIA, Mariano. “La diffusion mondiale de l’œuvre de Jean-Baptiste Say. Traductions précoces et impacts sélectifs”. En: SOCIÉTÉ INTERNATIONALE JEAN-BAPTISTE SAY (ed.), *Et Jean-Baptiste Say... créa l’Entrepreneur*, Bruxelles: Peter Lang, 2015a, pp. 219-245, <https://doi.org/10.3726/978-3-0352-6525-5>. CASTRO VALDIVIA, Mariano. “Money and Finance in the Wealth of Nations: Interpretations and Influences”. *Jour-*

La economía clásica apenas desarrolló esta línea de pensamiento y la empresa y los empresarios pasaron a tener una posición casi irrelevante. Solo cabe mencionar la popularización del término *entrepreneur* que llevó a cabo John Stuart Mill (1806-1873). Este economista inglés fue el único de los seguidores de Adam Smith que entendió la función empresarial específica. Sin embargo, aunque introdujo el riesgo y la incertidumbre en la ecuación del beneficio empresarial no fue capaz de abandonar el posicionamiento smithiano y continuó considerando que la función de capitalista y empresario van unidas.

La economía neoclásica tampoco le prestó gran atención, pero Alfred Marshall (1842-1924) resaltó el protagonismo de esta figura en la actividad económica. Tanto él como John Bates Clark (1847-1938), intentaron introducir al empresario dentro de sus modelos de crecimiento económico. El economista inglés Marshall planteó que el empresario es agente esencial para el desarrollo al considerar que su capacidad para organizar el negocio es un factor productivo específico. No obstante, continuó con la tradición de los economistas clásicos británicos de no separar la función de empresario y capitalista, como sí indicaba Say; ya que consideraba que la retribución del empresario es una fusión entre la remuneración propia de un capitalista y de un trabajador cualificado, administrador, que gestiona la empresa. En este análisis no introdujo el efecto que sobre el beneficio empresarial tenía el riesgo y la incertidumbre como apuntaron Cantillon y Say, aunque no excluía la posibilidad de que estos factores podrían afectar a los beneficios, que calificó como extraordinarios. Asimismo, defendió que el deseo de acumular riqueza no era malo, al contrario, lo veía como un símbolo de éxito empresarial, como un incentivo para ser empresario, que fomenta la competitividad. El economista estadounidense Clark continuó los postulados de Marshall, pero distinguió dos tipos de beneficios de la empresa. Por un lado, el que provenía de un trabajo de administración de la empresa, que consideraba como un tipo de salario, y que para él era el benefi-

cio ordinario. Y, por otro, el extraordinario, para el que intuía como determinantes el riesgo y la incertidumbre.

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) dio un paso más, mostrando el factor de innovación que representaba el empresario y su relación con el grado de desarrollo de una economía. El pensador austríaco colocó al empresario en el centro de la actividad económica. En su modelo, la economía tiende a una situación de equilibrio, por lo que en el mundo no habría ni incertidumbre ni beneficios y, por tanto, a largo plazo no hay desarrollo, sino una situación de estancamiento de la sociedad. Sin embargo, periódicamente, surgen innovaciones que desequilibran la economía y producen desarrollo. Por consiguiente, para aumentar el bienestar de la humanidad necesitamos innovar y el agente de la innovación para Schumpeter es el empresario. En resumen, este autor asoció la actividad empresarial y la innovación como mecanismos del crecimiento económico. De este modo resolvía el problema de cuál era la naturaleza del beneficio del empresario, aunque no ofrecía una explicación contrastable. Además, dejaba fuera de su modelo el tema del riesgo o la opción del fracaso considerando que la unión entre la actividad empresarial y la innovación siempre generarían éxito.

Por su parte, Frank H. Knight (1885-1972) destacó el riesgo e incertidumbre en la que se movía el empresario. El economista estadounidense expuso que el empresario es el único factor de producción, ya que el resto de factores -tierra, trabajo y capital- son solamente medios de producción. Por otra parte, indicó que la función principal del empresario es la de asumir el riesgo de su actividad y que de ésta dependerá su beneficio. En concreto, define el riesgo como una incertidumbre objetiva, que puede ser estimado y, por tanto, medido, es decir, que tiene un coste y puede ser asegurado. También introduce la idea de la incertidumbre subjetiva para explicar la función del empresario. Ésta es fruto de nuestra racionalidad limitada, que se encuentra condicionada por las expectativas del empresario y la falta de certeza de lo que el empresario espera. Es decir, no tener una información perfecta sobre el futuro, es lo que separa a un gerente o *manager* del empresario o emprendedor. No obstante,

la incertidumbre acompaña al ser humano desde su nacimiento al igual que sus capacidades individuales. Todo ello lleva a una especialización de las personas, de tal manera que los individuos con mayor capacidad para gestionar la incertidumbre serán los emprendedores de la sociedad. Para este autor, las capacidades empresariales serían innatas, aunque mejorables a través de la educación y la experiencia, y justamente por este motivo no son susceptibles de comercializarse, por lo que la retribución del empresario no puede ser tomada como un tipo de salario, sino como un beneficio.

Posteriormente, los economistas keynesianos y los neoclásicos abrieron un paréntesis en los años siguientes a la Segunda Guerra Mundial, negando protagonismo a la empresa o al empresario. Finalmente, la escuela austríaca con Israel Kirzner (1930-) a la cabeza, comenzó a resaltar el valor de la función empresarial; y, casi al unísono, comenzaron a surgir estudios revitalizando las aportaciones de Schumpeter y Knight. Otros autores como Casson o Shane han dado una nueva vuelta de tuerca al reafirmar el protagonismo del empresario en la teoría económica, conjugando la doctrina schumpeteriana con aspectos de Kirzner. Por ejemplo, Mark Casson (1945-) señala que la función empresarial se asienta en la toma de decisiones en condiciones de información incompleta, mientras que para Scott Andrew Shane (1964-) la iniciativa empresarial no estriba solamente en la presencia de individuos emprendedores y con iniciativa, sino que más bien responde a la confluencia de este elemento con la existencia de oportunidades de negocio. Los estudios sobre esta cuestión han destacado algunos elementos a tener en cuenta: marco geográfico, régimen político e institucional, sistema financiero, contexto económico, así como el modelo educativo, científico y cultural.

En determinados momentos la teoría de la empresa y del cambio técnico suscitada por la *Evolutionary Economics*³, ha tenido un rele-

3 Escuela heterodoxa de pensamiento económico inspirada en la Biología Evolutiva, que investiga los cambios que se producen en los procesos de aprovisionamiento de los *inputs* de la producción y en las instituciones sociales que rodean esos procesos en el largo plazo desde la perspectiva de un sistema económico

vante protagonismo entre buena parte de investigadores de la historia empresarial. En buena medida se advierte la ascendencia de la teoría evolutiva de la Biología, así como el peso de las aportaciones de Schumpeter, que ha desembocado en los trabajos de Nathan Rosenberg (1927-2015) y George Basalla (1928-2020) sobre la evolución de la tecnología. Algunas características de esta teoría se pueden vislumbrar a través del trabajo de Richard Nelson (1930-) y Sidney Winter (1935-). Para estos autores la estrategia de una empresa viene marcada por la “trayectoria natural” y constituye un rasgo característico y persistente de la empresa. Esta cualidad se adquiere mediante el aprendizaje y se transmite de forma hereditaria, aunque es evidente que en la toma de decisiones pueden existir elementos de incertidumbre.

Por otra parte, algunos autores han desarrollado una Historia de la Empresa que extrae sus hipótesis de la teoría de los costes de transacción y que se ha manifestado especialmente en los estudios de Alfred Chandler (1918-2007) y Oliver Williamson (1932-2020). El estudio de estos autores y la aplicación de esta teoría han generado controversias en su interpretación. Para algunos, la teoría de los costes de transacción, derivada del trabajo de Ronald Coase (1910-2013), ha experimentado considerables matizaciones con el fin de adecuarla a la coyuntura actual y, aunque contribuye al análisis de la organización empresarial, se aprecian limitaciones que otras teorías podrían corregir. En este sentido, el trabajo de Williamson responde más a una teoría de la empresa o de la economía industrial que a la historia empresarial propiamente dicha. Y en cuanto a Chandler, desarrolla un método eminentemente histórico, sin ánimo de seleccionar datos para contrastar y validar las teorías generales. Sin embargo, para otros, la historia de la empresa americana se ha vislumbrado como un proceso de crecimiento que culmina con la gran corporación multidivisión y multinacional. Por este motivo, esta teoría, centrada en los determinantes del tamaño de las compañías, permite interesantes relaciones con la historia de las empresas de dicha nación. De ahí que

Chandler represente uno de los ejemplos más emblemáticos de este tipo de trabajos, especialmente con su obra *La mano visible*, donde intenta responder a la pregunta de si el empresario nace o se hace. La historia empresarial estadounidense se caracteriza por una excesiva reducción a su propio país y a la época posterior a la independencia norteamericana, cuestiones que le restan, en ocasiones, validez para hacer extensivos estos presupuestos a otras épocas u otros territorios. En cualquier caso, la gran difusión de los estudios sobre empresas y empresarios de los Estados Unidos ha sido muy abundante y quizá superior a los realizados en Europa⁴.

3. PATRIMONIO EMPRESARIAL Y EMPREDIMIENTO

El patrimonio empresarial, en sentido estricto, está conformado por el conjunto de bienes tangibles, obligaciones y derechos pertenecientes a una empresa. Este trabajo utiliza el concepto en un sentido más amplio al considerar también los bienes intangibles. Analiza cómo el bagaje acumulado por las empresas y sus gerentes, son activos, generalmente olvidados, tanto para ellas como para la sociedad. Este conocimiento no puede abandonarse, sino que ha de ser recopilado para poder aprovecharlo en la formación de las nuevas generaciones de empresarios que estudian en las universidades⁵.

-
- 4 CASTRO-VALDIVIA, Mariano, LARRINAGA-RODRÍGUEZ, Carlos y MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “La enseñanza de la Historia de la Empresa en la Era Digital”. En: FERNÁNDEZ PARADAS, A. R. et al. (coords.), *Educación y felicidad en las Ciencias Sociales y Humanidades. Un enfoque holístico para el desarrollo de la creatividad en la Era Digital*, Valencia: Tirant lo Blanc, 2019, 469-488. CASTRO-VALDIVIA, Mariano. “La figura del empresario y el avance historiográfico de la Historia de la Empresa”. En MATÉS-BARCO, J. M. (coord.), *Empresas y empresarios en España. De mercaderes a industriales*, Madrid: Pirámide, 2019, pp. 19-36.
 - 5 CARUANA DE LAS CAGIGAS, Leonardo y MATÉS BARCO, Juan Manuel. “La necesidad de transmitir las nuevas investigaciones en los manuales”, En BRINGAS, M. A. et al. (eds.), *Nuevas perspectivas en la Investigación docente de la historia económica*, Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria, 2016, 38-53. FERNÁNDEZ PARADAS, Mercedes y MATÉS BARCO, Juan Manuel.

Como indica la Historia de la Empresa, los estudios de caso sobre empresas y empresarios: historia de empresas y biografías de empresarios, son un instrumento para fomentar el emprendimiento, ya que generan un efecto de imitación en la sociedad⁶. En este trabajo se postula esta idea y se apuesta por la difusión de las buenas praxis empresariales. Un ejemplo de ello es la publicación en 2019 de

“Un recurso para la docencia y la investigación: la biografía empresarial”, en BRINGAS, M. A. et al. (eds.), *Nuevas perspectivas en la Investigación docente de la historia económica*, Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria, 2016, pp. 111-117. CASTRO VALDIVIA, Mariano y MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Innovación educativa y fomento de la cultura emprendedora en la Universidad”, en FERNÁNDEZ-PARADAS, A. R. y FERNÁNDEZ-PARADAS, M. (coords.), *La didáctica de las Ciencias Sociales ante la necesidad de nuevas narraciones en el siglo XXI: Digitalidad, nuevas tecnologías y competencias documentales*, Granada: Comares, 2017, pp. 241-257. MATÉS-BARCO, Juan Manuel y CASTRO-VALDIVIA, Mariano. “La Historia de la Empresa: herramienta para fomentar la cultura emprendedora”. En: FERNÁNDEZ PARADAS, A. R. et al. (coords.), *Educación Histórica. Patrimonios olvidados y felicidad en la Didáctica de las Ciencias Sociales*, San Salvador: Editorial Universidad Don Bosco, 2017, pp. 123-150.

- 6 MOYA ANEGÓN, Félix, HÍPOLA RUÍZ, Pedro y MATÉS BARCO, Juan. Manuel. “Fuentes documentales y nuevas tecnologías en el ámbito de las Ciencias Humanas”. En: VV. AA., *Actas del V Congreso de Profesores-Investigadores Hespérides*, Sevilla: Junta de Andalucía, 1986, 21-28. MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Enseñanza de la Historia y Reforma de la enseñanza: la Historia en los estudios medios y universitarios”. En: VV. AA., *Actas del VII Coloquio Metodológico-Didáctico Hespérides*, Sevilla: Junta de Andalucía, 1987, pp. 27-33. MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Aplicación y selección de vídeos didácticos en la enseñanza de la Historia”. En: VV. AA., *Actas del IX Coloquio Metodológico-Didáctico Hespérides*, Sevilla: Junta de Andalucía, 1989, pp. 125-130. LÓPEZ GARCIA, Santiago. “La Historia Económica de la Empresa”. En: VV.AA., *IV Encuentro de Didáctica de la Historia Económica: actas*, Pamplona: Universidad Pública de Navarra, 1995, pp. 45-69. MONTAÑÉS, Enrique. “Simulaciones de Historia de la Empresa: una posibilidad didáctica para la Historia Económica”. En: GARRIDO GONZÁLEZ, L. (ed.), *Historia económica y experiencia didáctica: un encuentro en Jaén. Actas del VI Encuentro sobre Didáctica de la Historia Económica*, Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2001, pp. 153-163. ZAPATA BLANCO, Santiago. “Las clases prácticas de Historia Económica de la Empresa. Una experiencia”. En: GARRIDO GONZÁLEZ, L. (ed.), *Historia económica y experiencia didáctica: un encuentro en Jaén. Actas del VI Encuentro sobre Didáctica de la Historia Económica*, Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2001, pp. 135-152.

Empresa y Empresarios españoles, obra coordinada por Juan Manuel Matés-Barco⁷, que recopila 19 estudios de caso desde la época preindustrial hasta la actualidad para que el alumnado universitario, y el público en general, conozca estos excelentes ejemplos de emprendimiento y apuesten por la línea de la innovación.

Por otra parte, conviene indicar que en los últimos lustros se ha producido un giro importante en la percepción del empresario en España. La historiografía española es cada vez más abundante en biografías individuales de empresarios o en diccionarios de empresarios. Cabe destacar la publicación en el año 2011 de *Cien empresarios españoles del siglo XX*, coordinado por Eugenio Torres⁸, así como los referidos a diferentes comunidades autónomas o zonas geográficas (País Vasco⁹, Cataluña¹⁰, Valencia¹¹, Madrid¹², Andalucía¹³ o Castilla-La Mancha¹⁴) publicados por la editorial LID. O las biografías de empresarios contenidas en el *Diccionario Biográfico Español* de la Real Academia de la Historia. Además, hay que hacer referencia a la buena labor llevada a cabo por la Asociación Española de Historia Económica (AEHE) en difundir y hacer accesible una guía de recursos de interés para la Historia Económica a través de su página web: <https://www.aehe.es/>.

7 MATÉS-BARCO, Juan Manuel (coord.). *Empresas y empresarios en España. De mercaderes a industriales*, Madrid: Pirámide, 2019.

8 TORRES VILLANUEVA, Eugenio (coord.). *Los 100 empresarios españoles del siglo XX*, Madrid: LID, 2011.

9 TORRES VILLANUEVA, Eugenio (coord.). *Cien empresarios vascos del siglo XX*, Madrid: LID, 2004.

10 CABANA, Francesc. (coord.) *Cien empresarios catalanes*, Madrid: LID, 2006.

11 VIDAL OLIVARES, Javier (coord.). *Cien empresarios valencianos*, Madrid: LID, 2005.

12 TORRES VILLANUEVA, Eugenio. (coord.) *Cien empresarios madrileños*, Madrid: LID, 2017.

13 PAREJO BARRANCO, Antonio. (coord.). *Cien empresarios andaluces*, Madrid: LID, 2011.

14 ANGULO TEJA, María del Carmen y GARCÍA CUENCA, Tomás (coord.). *Grandes empresarios de Castilla-La Mancha*, Madrid: LID, 2013.

En este enlace se puede encontrar desde las guías docentes de las asignaturas relacionadas con la Historia Económica que se imparten en las universidades españolas, tanto públicas como privadas, como los principales manuales sobre esta disciplina, películas, documentales, etc. Por último, comentar el apartado de biografías empresariales que ofrece la AEHE, en colaboración con la Fundación UCEIF del Grupo Santander, que se puede consultar en la siguiente dirección: <https://www.aehe.es/docencia/biografias/>.

Este recurso ofrece una serie de biografías de personajes relevantes en el campo de las finanzas y la economía realizadas por miembros de la asociación. Este conjunto de aportaciones denota el cambio producido en la percepción social del empresario en la actualidad, así como el interés de los historiadores económicos en mostrar la relevancia de unos sujetos históricos hasta hace poco ignorados.

4. CONCLUSIONES

Conocer y analizar la trayectoria vital de empresarios permite incorporar experiencias y situaciones en la organización empresarial. Este conjunto de acciones enriquece la toma de decisiones en la empresa, puesto que las personas las adoptan en circunstancias concretas muy complejas, independientemente de variables o estructuras organizativas. Por otra parte, esta inmersión en los estudios de caso facilita un acercamiento a la realidad económica, puesto que la comprensión de los éxitos y fracasos, supone asumir los vaivenes propios de la actividad empresarial. Esta situación impide que el alumnado tenga una visión estática del proceso económico y de las sociedades mercantiles, por grandes o pequeñas que éstas sean. En otro orden de cosas, el estudio de las empresas y sus creadores, suministra conocimientos para integrar las reflexiones teóricas de los economistas con las experiencias desarrolladas en ámbitos concretos. A su vez, es necesario analizar no sólo el marco teórico general, sino también la estructura organizativa de las empresas, sus distintas áreas y las innovaciones experimentadas a lo largo de su existencia. Asimismo,

resulta de vital importancia un acercamiento a las revistas académicas relacionadas con la Historia de la Empresa. La lectura de artículos seleccionados y el estudio de figuras empresariales, pueden servir para establecer modelos y pautas en iniciativas emprendedoras.

Por último, la difusión del patrimonio empresarial generado a través de los estudios de caso sobre la vida y obra de las empresas y empresarios es un instrumento válido para el fomento del emprendimiento, puesto que produce efectos positivos en la sociedad. Por ejemplo:

- Conocimientos teóricos
- Potencia la figura del emprendedor
- Acercamiento a las biografías de empresarios
- Aproximación a las fuentes documentales
- Conexión entre poder político local y promoción industrial
- Interacción entre empresa y política

5. AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se ha podido realizar gracias a las ayudas concedidas por la Universidad de Jaén, dentro de las convocatorias anuales (2014 a 2019) de Proyectos de Fomento de la Cultura Emprendedora y del Proyecto de Innovación Docente (2018-2020): “Evaluación de competencias a través de TIC” (PID25_201819). Y a las ayudas recibidas de la Universidad de Málaga a través del Proyecto de Innovación Educativa (2019-2021): “Implementación de Mejoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Educación Patrimonial en Humanidades, Ciencias Sociales y Educación” (PIE 19-036).

6. REFERENCIAS

ANGULO TEJA, María del Carmen y GARCÍA CUENCA, Tomás (coord.). *Grandes empresarios de Castilla-La Mancha*, Madrid: LID, 2013.

CARUANA DE LAS CAGIGAS, Leonardo y MATÉS BARCO, Juan Manuel. “La necesidad de transmitir las nuevas investigaciones en los manuales”. En: BRINGAS, M. A. et al. (eds.). *Nuevas perspectivas en la Investigación docente de la historia económica*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria, 2016, pp. 38-53.

CABANA, Francesc. (coord.). *Cien empresarios catalanes*, Madrid: LID, 2006.

CASTRO VALDIVIA, Mariano. “La diffusion mondiale de l'oeuvre de Jean-Baptiste Say. Traductions précoces et impacts sélectifs”. En: SOCIÉTÉ INTERNATIONALE JEAN-BAPTISTE SAY (ed.), *Et Jean-Baptiste Say... crée l'Entrepreneur*. Bruxelles: Peter Lang, 2015a, pp. 219-245, <https://doi.org/10.3726/978-3-0352-6525-5>

CASTRO VALDIVIA, Mariano. “Money and Finance in the Wealth of Nations: Interpretations and Influences”. *Journal of US-China Public Administration*, 2015b, 12, pp. 415-429, <https://doi.org/10.17265/1548-6591/2015.05.007>

CASTRO-VALDIVIA, Mariano. “La figura del empresario y el avance historiográfico de la Historia de la Empresa”. En: MATÉS-BARCO, J. M. (coord.). *Empresas y empresarios en España. De mercaderes a industriales*. Madrid: Pirámide, 2019, pp. 19-36.

CASTRO VALDIVIA, Mariano y MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Innovación educativa y fomento de la cultura emprendedora en la Universidad”. En: FERNÁNDEZ-PARADAS, A. R. y FERNÁNDEZ-PARADAS, M. (coords.). *La didáctica de las Ciencias Sociales ante la necesidad de nuevas narraciones en el siglo XXI: Digitalidad, nuevas tecnologías y competencias documentales*. Granada: Comares, 201pp.7, pp. 241-257.

CASTRO-VALDIVIA, Mariano, LARRINAGA-RODRÍGUEZ, Carlos y MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “La enseñanza de la Historia de la Empresa en la Era Digital”. En: FERNÁNDEZ PARADAS, A. R. et al. (coords.). *Educación y felicidad en las Ciencias Sociales y Humanidades. Un enfoque holístico para el desarrollo de la creatividad en la Era Digital*. Valencia: Tirant lo Blanc, 2019, pp. 469-488.

FERNÁNDEZ PARADAS, Mercedes y MATÉS BARCO, Juan Manuel. “Un recurso para la docencia y la investigación: la biografía empresarial”. En: BRINGAS, M. A. et al. (eds.), *Nuevas perspectivas en la Investigación docente de la historia económica*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria, 2016, pp. 111-117.

GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Manuel Jesús. “La empresa en la historia del pensamiento económico”. En: LLORDÉN MIÑANBRES, M. (coord.), *De empresas y empresarios en la España contemporánea*, Oviedo: Universidad de Oviedo, 1995, pp. 13-28.

LÓPEZ GARCIA, Santiago. “La Historia Económica de la Empresa”. En: VV.AA. *IV Encuentro de Didáctica de la Historia Económica: actas*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra, 1995, pp. 45-69.

MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Enseñanza de la Historia y Reforma de la enseñanza: la Historia en los estudios medios y universitarios”. En: VV. AA. *Actas del VII Coloquio Metodológico-Didáctico Hespérides*, Sevilla: Junta de Andalucía, 1987, pp. 27-33.

MATÉS-BARCO, Juan Manuel. “Aplicación y selección de vídeos didácticos en la enseñanza de la Historia”. En: VV. AA., *Actas del IX Coloquio Metodológico-Didáctico Hespérides*. Sevilla: Junta de Andalucía, 1989, pp. 125-130.

MATÉS-BARCO, Juan Manuel y CASTRO-VALDIVIA, Mariano. “La Historia de la Empresa: herramienta para fomentar la cultura emprendedora”. En: FERNÁNDEZ-PARADAS, Antonio Rafael, FERNÁNDEZ-PARADAS, Mercedes y GUTIÉRREZ-MONTOYA, Guillermo Antonio, *Educación Histórica. Patrimonios olvidados y felicidad en la Didáctica de las Ciencias Sociales*. San Salvador: Editorial Universidad Don Bosco, 2017, pp. 23-150.

MATÉS-BARCO, Juan Manuel (coord.). *Empresas y empresarios en España. De mercaderes a industriales*. Madrid: Pirámide, 2019.

MONTAÑÉS, Enrique. “Simulaciones de Historia de la Empresa: una posibilidad didáctica para la Historia Económica”. En: GARRI-

DO GONZÁLEZ, L. (ed.). *Historia económica y experiencia didáctica: un encuentro en Jaén. Actas del VI Encuentro sobre Didáctica de la Historia Económica*. Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2001, pp. 153-163.

MOYA ANEGÓN, Félix, HÍPOLA RUÍZ, Pedro y MATÉS BARCO, Juan. Manuel. “Fuentes documentales y nuevas tecnologías en el ámbito de las Ciencias Humanas”. En: VV. AA., *Actas del V Congreso de Profesores-Investigadores Hespérides*. Sevilla: Junta de Andalucía, 1986, pp. 21-28.

PAREJO BARRANCO, Antonio. (coord.). *Cien empresarios andaluces*. Madrid: LID, 2011.

TORRES VILLANUEVA, Eugenio (coord.). *Cien empresarios vascos del siglo XX*, Madrid: LID, 2004.

TORRES VILLANUEVA, Eugenio (coord.). *Los 100 empresarios españoles del siglo XX*. Madrid: LID, 2011.

TORRES VILLANUEVA, Eugenio (coord.). *Cien empresarios madrileños*. Madrid: LID, 2017.

VIDAL OLIVARES, Javier (coord.). *Cien empresarios valencianos*. Madrid: LID, 2005.

ZAPATA BLANCO, Santiago. “Las clases prácticas de Historia Económica de la Empresa. Una experiencia”. En: GARRIDO GONZÁLEZ, L. (ed.), *Historia económica y experiencia didáctica: un encuentro en Jaén. Actas del VI Encuentro sobre Didáctica de la Historia Económica*, Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2001, pp. 135-152.