

Observatorio de la Empresa Familiar de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum UM-UPCT

- *Angel L Meroño-Cerdán*, Catedrático de Organización de Empresas, Universidad de Murcia, angelmer@um.es
- *Antonio Duréndez Gómez-Guillamón*, Profesor Titular de Universidad de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad Politécnica de Cartagena, antonio.durendez@upct.es
- *Antonia Madrid Guijarro*, Profesor Titular de Universidad de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad Politécnica de Cartagena, antonia.madrid@upct.es
- *José Carlos Sánchez de la Vega*, Profesor Titular de Universidad de Economía Aplicada, Universidad de Murcia, jcarlos@um.es

Modalidad: CASOS DE ÉXITO

Resumen

Las empresas familiares son la forma predominante en nuestro sistema económico, sin embargo, existe escasa información, tanto para sus responsables que le ayuden a la toma de decisiones, como para los responsables políticos para que conozcan la realidad de este colectivo empresarial. En este trabajo se presenta el Observatorio de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum (Universidad de Murcia – Universidad Politécnica de Cartagena) con especial atención al Barómetro de la Empresa Familiar. El Barómetro es un informe anual donde se analizan las principales estadísticas económicas, además, se presentan los resultados de una encuesta dirigida a los responsables de las empresas familiares. Finalmente, en el apartado de conclusiones se muestran los principios que sustentan la continuidad de esta iniciativa de colaboración académica-empresarial.

1 Conocimiento de la empresa familiar

Las Empresas Familiares se definen por la participación de una o varias familias en la propiedad y gestión, no obstante, su principal rasgo es su vocación de permanencia por lo que resultan esenciales en la generación de riqueza y empleo estable. De hecho, la empresa familiar es la forma predominante en el tejido empresarial.

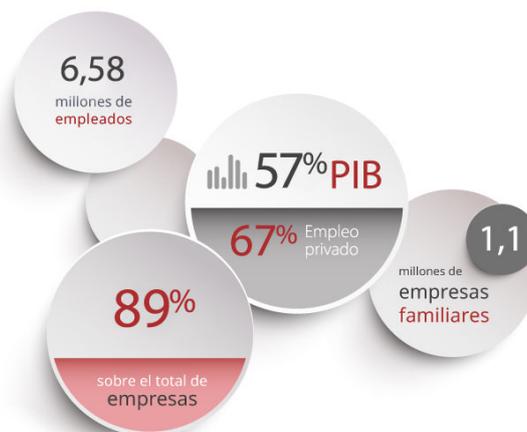
Relativamente desde hace pocos años se investiga sobre sus particularidades en distintas cuestiones como endeudamiento, rentabilidad, mortalidad, innovación, profesionalización,

entre otras. Todos estos estudios permiten avanzar en el conocimiento de la empresa familiar y así proporcionar las claves para la mejora de su gestión y la continuidad del proyecto empresarial. No obstante, existe un importante problema metodológico ante la ausencia de una definición común de lo que se entiende por empresa familiar y el empleo de fuente de datos de confianza. Gran parte de los estudios se han realizado sobre empresas familiares cotizadas cuya realidad difiere del grueso de las empresas de un país. Por tanto, resulta imprescindible ser capaz de identificar la presencia de las empresas familiares en el tejido empresarial para cuantificar su participación en la generación de riqueza y empleo, así como monitorizar su comportamiento empresarial.

El primer estudio que ofrece una metodología rigurosa que supera los citados problemas es *Corona, J.; Casillas, J. C., López, M. C., Meroño, A. L., Pons, A., & Baiges, R. (2015). La Empresa Familiar en España. Barcelona: Instituto de la Empresa Familiar*. Se trata de un trabajo coordinado por el Instituto de la Empresa Familiar donde participan las 37 Cátedras de Empresa Familiar que conformaban la Red de Cátedras de Empresa Familiar en ese momento. Su principal contribución es sentar las bases metodológicas para el estudio de la empresa familiar. Como resultado se obtiene un conocimiento exhaustivo de la presencia y la importancia de la empresa familiar en España, así como el diagnóstico de su situación financiera y empresarial. La estimación de la presencia y generación de riqueza de la empresa familiar se recoge en el

Gráfico 1, las sociedades mercantiles familiares en España ascienden a 1,1 millones (89% del total) que emplean a 6,58 millones de personas (67% del empleo privado) y generan el 57% del PIB (Casillas et al., 2015).

Gráfico 1. Generación de riqueza de la empresa familiar en España 2015



2 El Observatorio de la Empresa Familiar

Conscientes de la importancia de la empresa familiar y de la utilidad de conocer su realidad socioeconómica, la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum (Universidad de Murcia y Universidad Politécnica de Cartagena) crea su Observatorio de la Empresa Familiar donde integra y desarrolla distintas iniciativas que se reflejan en el Gráfico 2.

Seguidamente explicamos qué es la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum, para, posteriormente, explicar dichas iniciativas. Una de ellas, el Barómetro de la Empresa Familiar, será objeto de un análisis más detallado en un epígrafe posterior.

Gráfico 2. Observatorio de la Empresa Familiar Cátedra Empresa Familiar Mare Nostrum



2.1 La Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum Universidad de Murcia – U Politécnica de Cartagena

La Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum nace en 2006 marcada por un carácter innovador. Se trata de la primera Cátedra Universitaria de carácter socioeconómico de la Región de Murcia (España), y también desde 2013 la primera interuniversitaria, al incluir formalmente investigadores de la Universidad de Murcia (UM) y la Universidad Politécnica de Cartagena

(UPCT). La Cátedra es un proyecto participado por el Instituto de la Empresa Familiar, la Asociación Murciana de la Empresa Familiar (Amefmur), CaixaBank y la Fundación Cajamurcia. Estas entidades apoyan a la Cátedra desde su creación, haciendo posible la existencia de un proyecto consolidado de contribución al desarrollo económico y social.

Su actividad se caracteriza por la cercanía a la realidad de las empresas familiares y el empleo de un enfoque de trabajo científico propio del ámbito académico. Su propósito estratégico consiste en perseguir el conocimiento de las particularidades de las empresas familiares para identificar sus necesidades y ayudarles a explotar sus recursos únicos. En este contexto se enmarca la creación del Observatorio de la Empresa Familiar de la Región de Murcia que viene ofreciendo una información fundamental sobre las perspectivas, problemas y necesidades de las empresas familiares.

2.2 Libros

Una de las investigaciones pioneras a nivel mundial que estima la presencia de la empresa familiar a la vez que analiza sus particularidades ve la luz en 2002. Un grupo de autores de distintas disciplinas, coordinados por el profesor Juan Monreal, analizan con rigor científico el campo de la empresa familiar siendo la génesis de la Cátedra de Empresa Familiar que se creó oficialmente cuatro años después. La Tabla 1 muestra la relación de libros publicados en el ámbito de la Cátedra. Cabe destacar el empleo de diversas metodologías, desde el enfoque cuantitativo hasta el uso de enfoques cualitativos de las dos últimas investigaciones que ha permitido acercarse y profundizar en un objeto de estudio tan complejo y de tantos matices como es la empresa familiar.

Tabla 1. Libros sobre empresa familiar de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum

	<p>La Empresa Familiar. Realidad económica y Cultura empresarial (Monreal-Martínez et al., 2002)</p>
---	---



La gestión de las empresas familiares: un análisis integral

(Monreal-Martínez et al., 2009)



Análisis y diagnóstico de la gestión en la empresa familiar

(Monreal-Martínez, Juan et al., 2010)



El éxito de la empresa familiar. La relación entre familia y negocio

(Monreal Martínez & Sánchez Marín, 2012)



Empresarios familiares. Testimonios sobre la influencia de la familia en la empresa

(Meroño-Cerdán et al., 2013)



Empresas Familiares Centenarias Región de Murcia 2021

(Meroño-Cerdán, Angel Luis, 2021)

2.3 Informes sobre Empresa Familiar

La Tabla 2 muestra los informes, tanto nacionales como regionales, donde ha participado la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum. En el ámbito nacional, como se mencionó al principio, en 2013 la Cátedra participó en el desarrollo de la metodología base del primer estudio sobre la empresa familiar en España que vio la luz en 2015 y que publicó el Instituto de la Empresa Familiar (Casillas et al., 2015) y que tuvo continuidad en un estudio sobre factores de competitividad (J. F. Corona Ramón, 2018).

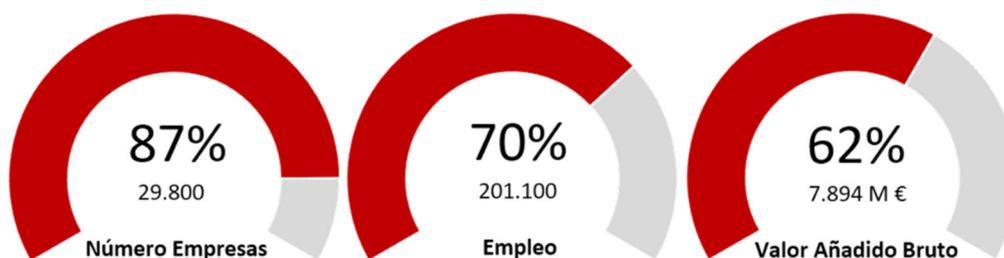
Tabla 2. Informes sobre empresa familiar

Informes Nacionales	
	La Empresa Familiar en España (Casillas et al., 2015)
	Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar (J. F. Corona Ramón, 2018)
Informes Regionales	
	La empresa familiar en la Región de Murcia (2011-2015) (Meroño-Cerdán et al., 2017)
	Evolución de la Empresa Familiar. Región de Murcia 2015-2017 (Meroño-Cerdán et al., 2019)
	La empresa familiar en la Región de Murcia 2017-2019 (Meroño-Cerdán et al., 2021)

En el ámbito regional, en 2017 realizamos un estudio para la Región de Murcia a petición del Consejo Económico y Social (Meroño-Cerdán et al., 2017) cuyo análisis cubrió el período 2011-2015. En 2019 se continuó la serie aportando una perspectiva novedosa al abordar específicamente los cambios de tamaño, de propiedad y de continuidad (Meroño-Cerdán et al., 2019) en el análisis del período 2015-2017. En 2021, se añade el estudio específico de las microempresas para ofrecer una visión global de la realidad económica (Meroño-Cerdán et al.,

2021) en el análisis del período 2017-2019. Se recogió información de 13.683 sociedades mercantiles de la Región de Murcia, 9.795 microempresas y 3.888 pymes y grandes empresas. Extrapolando los resultados al total de sociedades, en el Gráfico 3 se muestra la presencia y contribución de la empresa familiar en la economía de la Región de Murcia. Son 29.800 sociedades que emplean a más de 200.000 personas y generan el 62% del VAB privado.

Gráfico 3. Contribución de las sociedades mercantiles familiares en la Región de Murcia 2019



2.4 Colaboración con Faedpyme

Fruto de la preocupación por conocer y monitorizar la presencia de la empresa familiar en la economía ha llevado al Observatorio Iberoamericano de la MIPYME, realizado por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme (FAEDPYME), a incluir la variable “empresa familiar”. La Tabla 3 revela la presencia mayoritaria de la empresa familiar en cada uno de los 14 países participantes en el Informe de 2021 (Observatorio Iberoamericano de la MIPyME, 2021), siendo 69% la proporción media de empresa familiar.

Tabla 3. Presencia de la empresa familiar por país

País	N	% empresa familiar
Argentina	553	74%
Brasil	786	66%
Chile	303	75%
Colombia	1342	59%
Costa Rica	422	77%
Ecuador	1111	64%
El Salvador	267	74%
España	1550	73%
Guatemala	48	70%
Honduras	195	78%
México	1704	68%
Panamá	430	72%
Paraguay	367	76%
Uruguay	222	71%
Media	9300	69%

El interés compartido de Faedpyme y la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum en profundizar en el conocimiento de la empresa familiar por su importancia capital en el segmento de pequeñas y medianas empresas, nos ha llevado a desarrollar una serie de informes especiales. El primero de ellos es *La Pyme familiar 2021: Impacto de la crisis Covid-19 sobre la Pyme familiar en la Región de Murcia* (Meroño-Cerdán, Angel Luís & Duréndez Gómez-Guillamón, Antonio, 2021), iniciativa compartida con la Cátedra de Competitividad del Colegio de Economistas de la Región de Murcia.

3 El Barómetro de la Empresa Familiar

3.1 Propósito y estructura

El Barómetro de la Empresa Familiar de la Región de Murcia se crea en 2008 y desde entonces viene ofreciendo una información fundamental sobre las perspectivas, problemas y necesidades de las empresas familiares. Los dos primeros años tuvo un carácter anual para pasar a una periodicidad semestral hasta 2017 donde volvió a ser anual. Grosso modo se compone de dos partes:

- Parte general del Barómetro. En ella se estudian aspectos relacionados con la situación económica, la competitividad o la estrategia de la Empresa Familiar. Asimismo, se incluyen medidas para conocer la confianza en el negocio y la contribución de la familia en su gestión u otros aspectos que especialmente preocupan a las familias para los próximos meses.
- Parte monográfica del Barómetro. Se centra en cuestiones específicas de aspectos relevantes para la Empresa Familiar, normalmente con un fuerte componente coyuntural. La Tabla 3 recoge los Barómetros publicados hasta la fecha con el detalle de los temas monográficos analizados.

Tabla 3. Serie de Barómetros

Número	Parte Monográfica
1 (2º semestre 2008)	Fiscal
2 (2º semestre 2009)	Financiación
3 (1º semestre 2010)	Demanda
4 (2º semestre 2010)	Mercado Laboral
5 (1º semestre 2011)	Confianza Empresarial
6 (2º semestre 2011)	Medidas salida crisis
7 (1º semestre 2012)	Carácter familiar
8 (2º semestre 2012)	Innovación

9 (1º semestre 2013)	Formación
10 (2º semestre 2013)	Estrategia
11 (1º semestre 2014)	TICs
12 (2º semestre 2014)	Internacionalización
13 (1º semestre 2015)	Entorno
14 (2º semestre 2015)	Crecimiento
15 (1º semestre 2016)	Mujer y dirección
16 (2º semestre 2016)	Ser empresa familiar
17 (2º semestre 2017)	Sucesión
18 (2º semestre 2018)	Imagen
19 (2º semestre 2019)	Implicación familiar
20 (2º semestre 2020)	Crisis Covid-19: impacto y respuesta
21 (2º semestre 2021)	Sostenibilidad

Más específicamente, cada barómetro contiene la siguiente información:

Tabla 4. Estructura del Barómetro

1. Presentación	Objetivos y principales ideas
2. Contexto socio-económico	Evolución y perspectivas de la economía mundial, española y regional basado en análisis de estadísticas
3. Metodología	Planteamiento de la encuesta en la que basa el Barómetro el grueso de sus conclusiones
4. Parte General:	
4.1. Perfil empresarial de la muestra	Descripción de las empresas por tamaño y sector, y del gerente por sexo, generación y relación con la familia
4.2. Situación económico-empresarial	Percepción de la evolución y perspectivas de la economía y de la actividad empresarial
4.3. Planteamiento estratégico	Orientación estratégica, factores que limitan la actividad empresarial y perspectivas sobre los factores claves.
4.4. Dimensión familiar	Objetivos empresariales y familiares, planteamiento de gobierno corporativo e, instrumentos de planificación empresarial y familiar
5. Parte Monográfica	
6. Conclusiones	Desagregadas por situación económica-empresarial, estrategia, dimensión familiar y las propias del análisis monográfico.
7. Entrevista a empresario familiar	
8. Listado Empresas Participantes	
9. Cuestionario	

3.2 Metodología

Cada Barómetro incluye una pregunta abierta donde los participantes expresan las cuestiones que piensan serán claves para el próximo año. A partir de esta información, junto con el seguimiento de la actualidad económica, se decide el tema monográfico para el siguiente número.

A lo largo de los años se ha conformado un panel de empresas participantes cuya gestión demanda atención para eliminar las empresas que han desaparecido, o que han declinado colaborar, junto con la gestión de las incorporaciones. En todos los casos se trata de empresas familiares basadas fundamentalmente en el criterio de la autopercepción. Solo participan las empresas que se consideran a sí mismas como familiares. Buena parte del panel son empresas asociadas a AMEFMUR (Asociación Murciana de la Empresa Familiar). La media de participantes en los últimos cinco años se eleva a 139 empresas por Barómetro si bien es cierto que resulta más complicada su participación cuando las circunstancias económicas son más adversas.

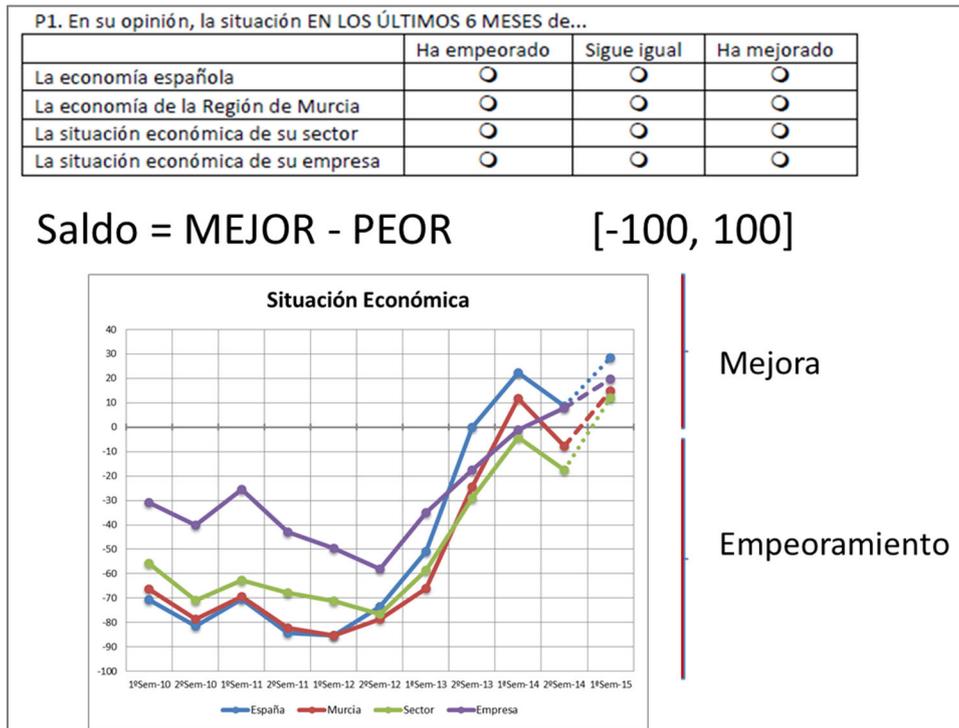
La recogida de información se lleva a cabo a través de una encuesta electrónica, por tanto, se trata de una encuesta autoadministrada ya que el entrevistado decide si participar y cuándo hacerlo. En este sentido, resulta fundamental el envío de invitaciones para conseguir su participación, pero sin ser demasiado insistente. Es de gran importancia la confianza y credibilidad que los encuestados otorguen a esta iniciativa y a las instituciones que la respaldan. El director de la Cátedra realiza personalmente la encuesta electrónica y la gestión de la participación. Cualquier duda ha de ser respondida eficazmente para que comprueben el compromiso y la importancia de esta iniciativa. Al mismo tiempo, es importante la comunicación de los resultados del Barómetro donde los participantes comprueben que sus opiniones son tenidas en cuenta.

3.3 Análisis de la información

Como se ha indicado, el apartado de “Contexto socio-económico” analiza las principales estadísticas provenientes de fuentes oficiales para conocer la evolución y perspectivas de la economía mundial, española y regional.

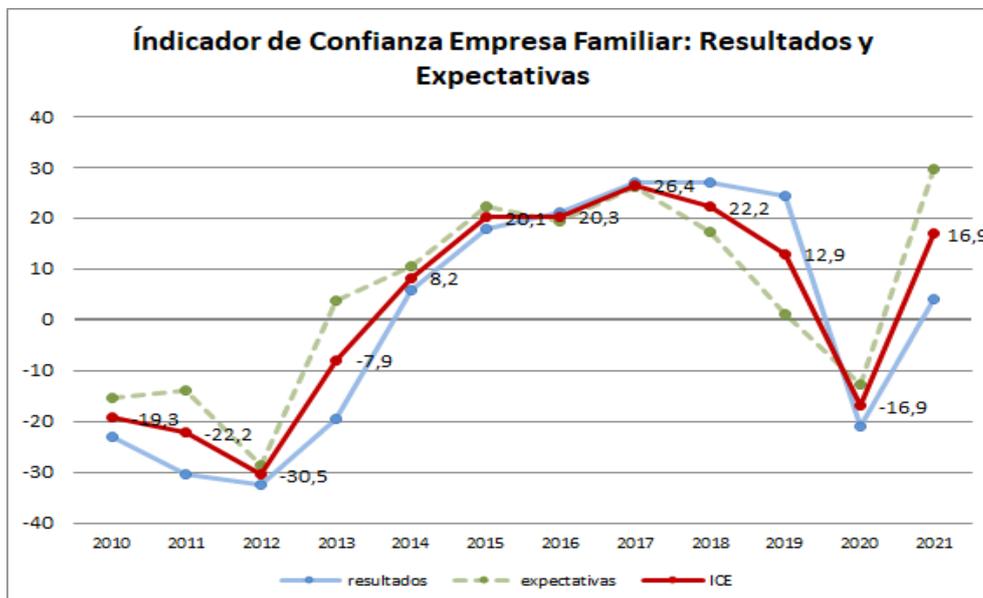
El resto del Barómetro se basa en una encuesta dirigida a los responsables de la empresa. En el apartado “Situación económico-empresarial” se recoge la percepción de la evolución y perspectivas de la economía y de la actividad empresarial a partir del uso de saldos (Gráfico 4). En este tipo de preguntas se presentan tres posiciones: empeoramiento-igual-mejora. Hallando la diferencia entre mejora y empeoramiento se calcula el saldo comprendido entre -100 y +100. El análisis de resultados debe considerar dos cosas, por un lado, el signo del saldo (zona positiva/mejora o zona negativa/empeoramiento) y, por otro lado, su evolución.

Gráfico 4. Preguntas basadas en saldos



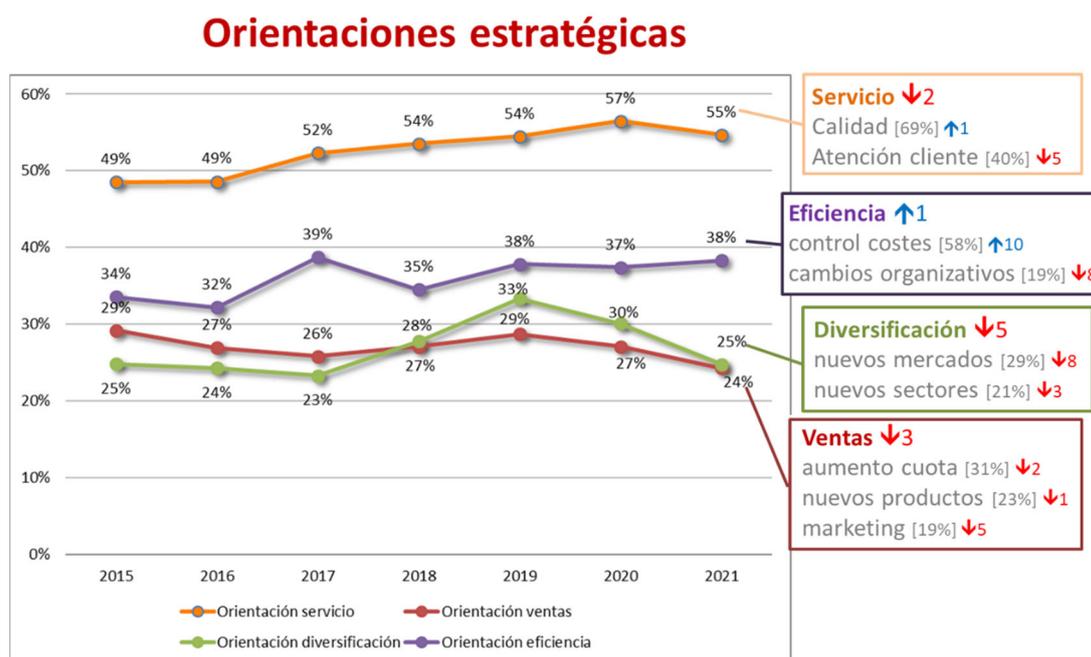
Para sintetizar la información se creó el Indicador de Confianza Empresa Familiar (ICEF) que combina para una serie de indicadores tanto sus resultados pasados como las expectativas futuras. El Gráfico 5 muestra este ICEF donde se comprueba su correcto ajuste a la situación de la economía con la clara ventaja de la anticipación. Es decir, a partir de las opiniones de los entrevistados es posible anticipar lo que más tarde pondrán de manifiesto las estadísticas oficiales.

Gráfico 5



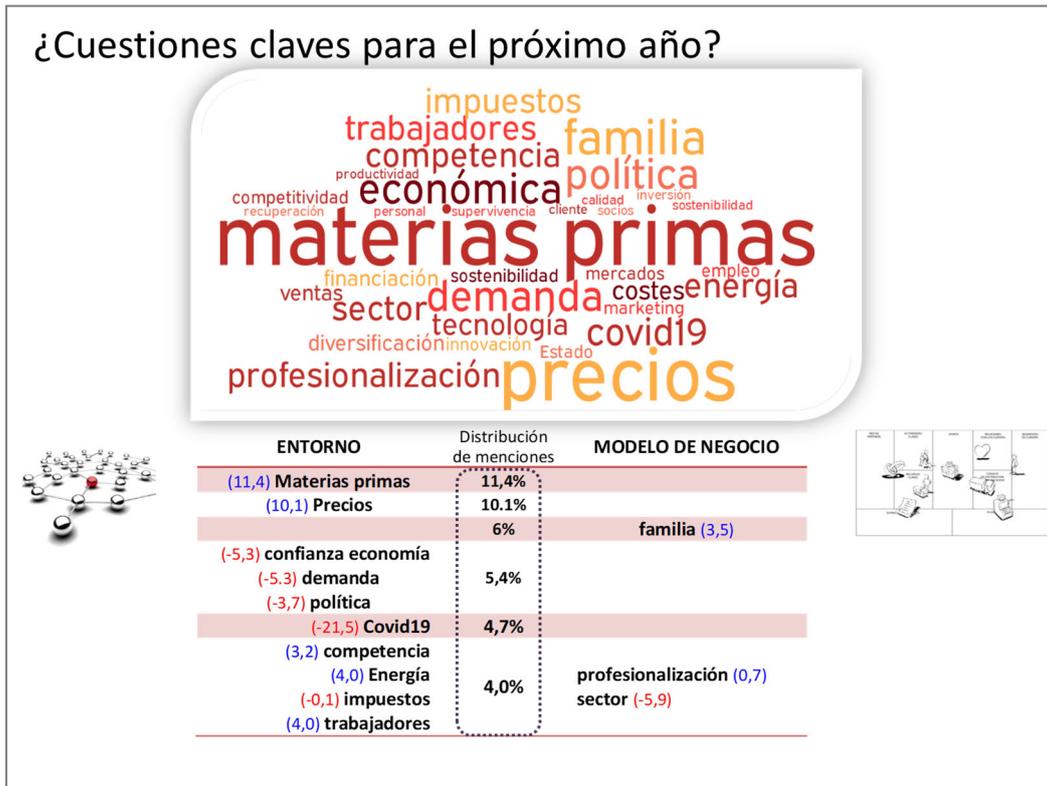
La orientación que guía la escritura del Barómetro es la claridad para que sea un documento de lectura ágil. Por esta razón, la mayoría de preguntas usan escalas sí/no o las mencionadas de saldos para facilitar la comprensión de los resultados. No obstante, en algunas cuestiones incluimos algún tipo de análisis que mejore la presentación de resultados. A modo de ejemplo, a los encuestados se les pide que señalen los factores estratégicos fundamentales para el último año. A partir de un análisis estadístico factorial se identifican cuatro tipos de estrategias (Gráfico 6).

Gráfico 6



La información sobre las perspectivas futuras se recoge solicitando al encuestado que señale las cuestiones clave que, en su opinión, marcarán la evolución de su empresa para el próximo año. Puesto que son preguntas abiertas, primero se realiza un análisis de contenidos donde se asignan las respuestas a un sistema de códigos que reflejan los conceptos principales. Como imagen de los resultados adoptamos la metodología de la “nube de palabras” (Gráfico 7), donde el tamaño es mayor para las palabras que aparecen con más frecuencia. Los resultados también se presentan en forma de tabla detallando la frecuencia de aparición de cada código sobre el total de menciones, distinguiendo las referencias a variables externas (entorno) o internas (modelo de negocio). Entre paréntesis se muestra el crecimiento positivo o negativo respecto al Barómetro anterior.

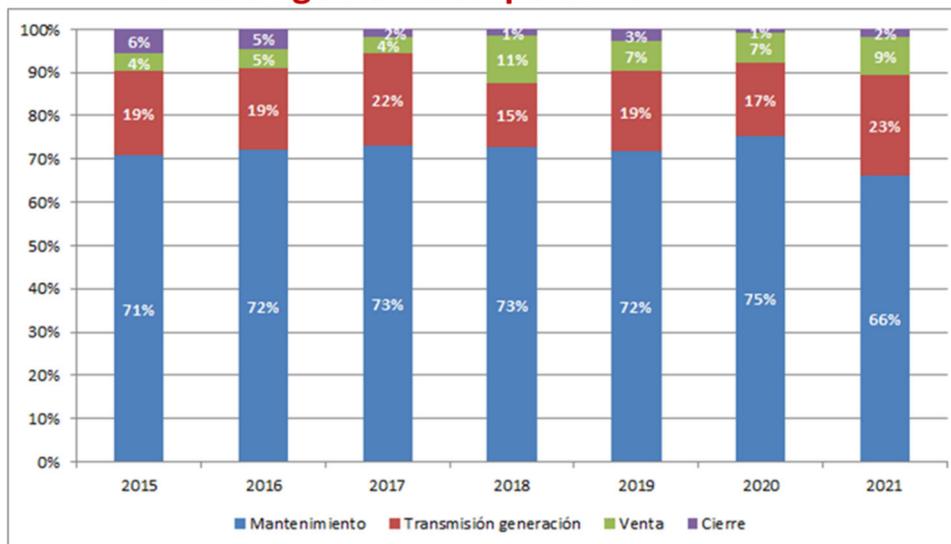
Gráfico 7



Una de las preguntas fundamental se refiere a los planes de gobierno corporativo inminentes (Gráfico 8). Dada la importancia de esta información, los resultados se muestran desagregados según la generación al frente de la empresa. Es decir, en general se opta por la presentación sencilla de resultados que facilite la comprensión. Solo en casos puntuales se opta por desagregar la información.

Gráfico 8

Planes de gobierno corporativo



		Primera	Segunda	Tercera +
Mantenimiento	66% ↓9	58%	67%	77%
Transmisión	23% ↑5	32%	22%	14%
Venta	9% ↑2	6%	10%	9%
Cierre	2% ↑1	3%	2%	

3.4 Perfil empresarial de los participantes

El Gráfico 9 muestra información de las empresas participantes en el Barómetro nº 21, el perfil del empresario familiar se recoge en el Gráfico 10. Fundamentalmente son microempresas (36%) y pymes (58%), en segunda generación (49%), dedicadas al sector servicios (33%) y a la industria (31%). En cuanto al perfil del Gerente es hombre (74%), perteneciente a la familia (94%) y sucesor (57%).

Gráfico 9. Perfil de empresa familiar

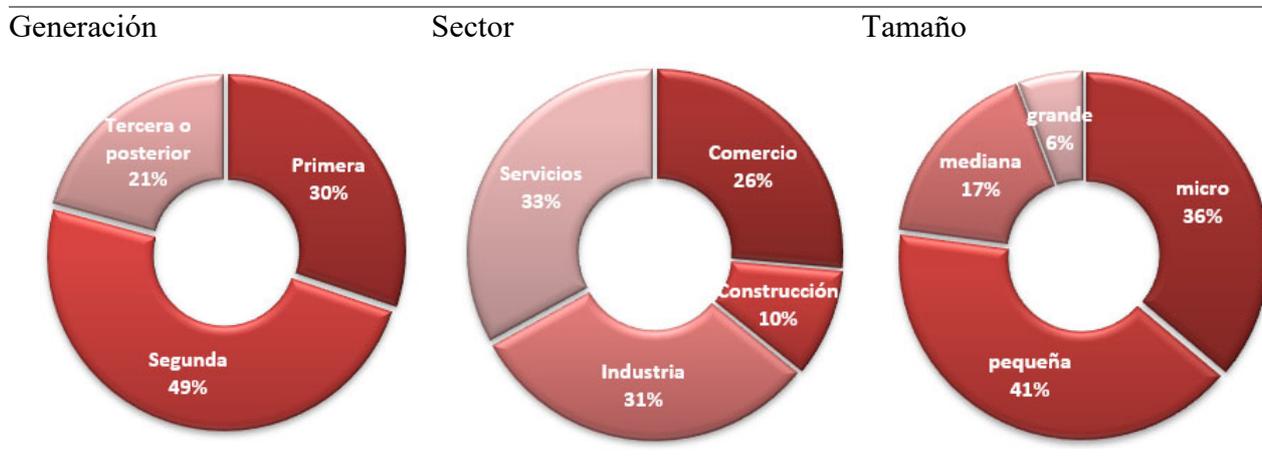
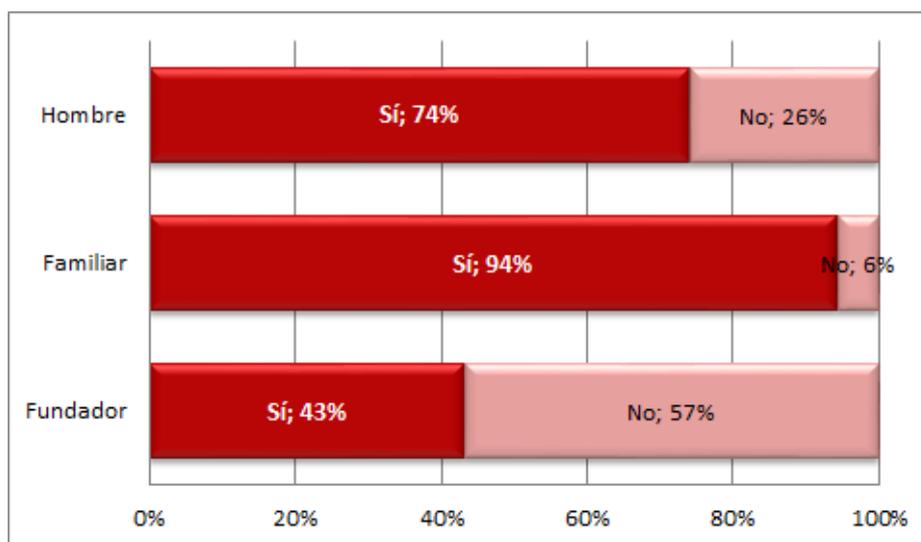


Gráfico 10. Perfil del gerente de la empresa familiar



3.5 Presentación

Cada Barómetro culmina con su presentación a los medios de comunicación. Como se ha mencionado, resulta fundamental que los encuestados e instituciones participantes visibilicen los resultados del Barómetro. En nuestro caso, se convocan a los medios para presentar las principales conclusiones con la presencia de las autoridades académicas, responsables de las instituciones que colaboran con la Cátedra y también de responsables políticos en materia económica. Cada participante valora los resultados y, finalmente, se da la palabra a los medios para que formulen las preguntas que estimen convenientes.

4 Conclusiones y recomendaciones

Una vez expuesto el propósito y funcionamiento del Observatorio de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum con atención especial al Barómetro, a continuación, señalamos los principios que consideramos clave para la continuidad de estas iniciativas.

La Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum es una cátedra universitaria de carácter empresarial. Esto quiere decir que está formada por académicos universitarios pero su financiación y su orientación es empresarial. En la práctica implica combinar la sensibilidad, la preocupación por las cuestiones prácticas, empresariales, con el rigor y el pensamiento científico. Es, por tanto, un excelente ejemplo de transferencia, en ambos sentidos, entre Universidad y Empresa. Pero para que dé sus frutos es importante la empatía y el respeto desde cada ámbito. En una palabra, es un *proyecto de colaboración*. No puede olvidarse que los académicos siguen una carrera donde son valorados por una serie de parámetros, a la vez que

las empresas necesitan respuestas para competir y adaptarse a las nuevas circunstancias. La orientación a largo plazo es precisamente uno de los rasgos fundamentales de las empresas familiares.

Nuestro Observatorio trata de ayudar al tejido empresarial con actividades que normalmente las empresas no encuentran en el mercado. En general, nuestros informes se caracterizan por el *rigor* y la *personalización*. Algunas consultoras realizan informes parecidos, pero suelen ser muestras muy poco representativas e informes puntuales. De hecho, la *continuidad* en el tiempo es un factor fundamental de creación de valor.

En nuestro caso resulta vital la *estrecha relación con mundo empresarial* a través de la Asociación Murciana de Empresa Familiar (Amefmur) y el Instituto de la Empresa Familiar. Participar en sus actividades y la interacción con sus empresarios nos permite conocer sus inquietudes y experiencias que enriquecen nuestro conocimiento del mundo empresarial. CaixaBank es el patrocinador de la Cátedra, pero su labor va más allá porque también nos acerca al mundo empresarial por sus relaciones y su visión de la actualidad económico-empresarial.

Por último, quisiéramos resaltar la importancia que las *empresas participen* en el Barómetro. Al ser una encuesta autoadministrada resulta fundamental su implicación. A lo largo de estos años hemos aprendido que hay una serie de elementos esenciales que se refuerzan entre sí: a) deben confiar en la institución (la Cátedra junto a las instituciones colaboradoras), b) crean en la utilidad del proyecto, que su opinión cuenta, c) máxima atención a sus preguntas, problemas, en el proceso de respuesta, d) implicación de la dirección, que responda el CEO o persona de la familia con responsabilidad.

5 Referencias

Casillas, J. C., Lopez, M. C., Meroño-Cerdán, A. L., Pons, A., & Baiges, R. (2015). *La Empresa Familiar en España* (J. Corona, Ed.). Instituto de la Empresa Familiar.

Corona Ramón, J. F. (Ed.). (2018). *Factores de Competitividad y Análisis Financiero de la Empresa Familiar*.

Meroño-Cerdán, A. L., Duréndez, A., & Madrid-Guijarro, A. (2019). *Evolución de la empresa familiar en la Región de Murcia 2015-2017*.

Meroño-Cerdán, A. L., Duréndez, A., & Madrid-Guijarro, A. (2021). *La empresa familiar en la Región de Murcia. Evolución 2017-2019*.

- Meroño-Cerdán, A. L., Duréndez Gómez-Guillamón, A., & Madrid Guijarro, A. (2017). *La empresa familiar en la Región de Murcia (2011-2015)*. Consejo Económico y Social de la Región de Murcia.
- Meroño-Cerdán, A. L., Sánchez-Marín, G., Duréndez, A., & Monreal-Martínez, J. (Eds.). (2013). *Empresarios Familiares: Testimonios sobre la influencia de la familia en la empresa*. Civitas.
- Meroño-Cerdán, Angel Luís (Ed.). (2021). *Empresas Familiares Centenarias Región de Murcia 2021*. Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum.
- Meroño-Cerdán, Angel Luís & Duréndez Gómez-Guillamón, Antonio. (2021). *La Pyme familiar 2021: Impacto de la crisis Covid-19 sobre la Pyme familiar en la Región de Murcia*. Cátedra de Competitividad Colegio de Economistas de la Región de Murcia y Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum.
- Monreal Martínez, J., & Sánchez Marín, G. (Eds.). (2012). *El éxito de la empresa familiar: Las relaciones entre negocio y familia*. Editorial Aranzadi.
- Monreal-Martínez, J., Calvo-Flores, A., García, D., Meroño-Cerdán, A. L., Ortiz, P., & Sabater-Sánchez, R. (2002). *La empresa familiar: Realidad económica y cultura empresarial*. Editorial Aranzadi.
- Monreal-Martínez, J., Sánchez-Marín, G., Meroño-Cerdán, A. L., & Sabater-Sánchez, R. (Eds.). (2009). *La gestión de las empresas familiares: Un análisis integral*. Thomson Reuters.
- Monreal-Martínez, Juan, Sánchez-Marín, Gregorio, & Meroño-Cerdán, Angel Luís. (2010). *Análisis y diagnóstico de la gestión en la empresa familiar*. Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Murcia.
- Observatorio Iberoamericano de la MIPyME. (2021). Informe MIPYME: Impacto económico de la crisis Covid- sobre la mipyme en Iberoamérica. *Faedpyme*. <http://www.faedpyme.upct.es/article/informes-mipyme-2021-impacto-economico-de-la-cri-sis-covid-19-sobre-la-mipyme-en-iberoamerica>