

Civilizations Business History Conference Annual Meeting

Denver, Colorado
March 30-April 1, 2017

CALL FOR PAPERS

Civilizations is the theme of the 2017 Business History Conference meeting. From the House of Medici to Japan, Inc., business and commerce have shaped society and public life. Eighteenth-century social theorists such as Montesquieu and Smith described the “civilizing” process of long-distance trade networks in agricultural staples and luxury goods in the transition from feudalism to commercialism.

In the early 20th century, the U.S. was often seen as a nation where businesspeople, with their ambitions and innovations, had even come to define society. In 1931 James Truslow Adams characterized the United States as a “business civilization,” in which “most of the energy, ability, and ambition of the country has found its outlet, if not its satisfaction, in business.” More recently, with rising globalization and financialization, observers in many countries—Brazil, Germany, France, Japan, and China—have noted, with alarm or excitement, the role high-tech entrepreneurs and international bankers have played in shaping social norms and policy. In 2009 an economic summit in China explored the “Chinese approach to a new business civilization.”

The theme of “civilizations” is meant to suggest broad connections between business and the way of life that characterizes particular regions or countries. The program committee of Susie Pak (chair), Eric Hilt, Caitlin Rosenthal, Lars Heide, Jessica Burch, and Walter Friedman (BHC president) invites papers addressing the questions:

- What brought some 20th century writers, historians, and economists to perceive the emergence of a “business civilization” in parts of the world?
- What has been the influence, comparatively across nations, of business values on culture, politics, and the arts?
- Are there varieties of business civilizations, just as there are varieties of capitalism?
- When does business practice enrich the civilizing process and when does it degrade it?
- Can corporate governance produce “civilized businesses,” i.e. ones that are socially accountable?

The theme is also intended to invite discussion of how ideas about “civilization” have been contested. For a diverse group of writers—including, for instance, Thorstein Veblen, C. Wright Mills, and the novelist Joshua Ferris, who wrote *Then We Came to the End* (2007)—the realities of business life, with its codes of dress, specialized machinery, and arcane politics, render the idea of “business civilizations” ironic or satirical. More fundamentally, recent works that emphasize the interrelation of capitalism with destruction, war, and slavery suggest that “business” and “civilization” can be deeply opposing forces.

While we encourage proposals to take up this theme, papers addressing all other topics will receive equal consideration by the program committee in accordance with BHC policy. The program committee will consider both individual papers and entire panels. Individual paper proposals should include a one-page (300 words) abstract and one-page curriculum vitae (CV). Panel proposals should include a cover letter stating the rationale for the panel and the name of its contact person; one-page (300 words) abstract and author's CV for each paper; and a list of preferred panel chairs and commentators with contact information. To submit proposals go to <http://thebhc.org/2017meeting> and click on the link Submit a Paper/Panel Proposal.

All sessions take place at the Embassy Suites Denver-Downtown. Rooms (all suites) are \$150/night and include a full breakfast.

The K. Austin Kerr Prize will be awarded for the best first paper delivered by a new scholar at the annual meeting. A "new scholar" is defined as a doctoral candidate or a Ph. D. whose degree is less than three years old. You must nominate your paper for this prize on the proposal submission page where indicated. Please check the appropriate box if your proposal qualifies for inclusion in the Kerr Prize competition.

The deadline for receipt of all proposals is 3 October 2016. Acceptance letters will be sent by 31 December 2016. Everyone appearing on the program must register for the meeting. Graduate students and recent Ph. D.s (within 3 years of receipt of degree) whose papers are accepted for the meeting may apply for funds to partially defray their travel costs; information will be sent out once the program has been set.

Más información: <http://www.thebhc.org/2017-call-papers>

21st Annual Congress of European Business History Association

Vienna, Austria

August 24-26 2017

CALL FOR PAPERS

Topic: "Transformation in Business and Society: The Historical Approach"

Más información: <http://www.ebha.org/?seite=conferences>

LASA2017 / Diálogos de Saberes XXXV Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos

TEMA DEL CONGRESO

A cincuenta años de la fundación de LASA su membresía es muy diferente de la original: hemos pasado de un núcleo inicial de científicos sociales e historiadores norteamericanos a ser una organización académica diversa con notable aumento en afiliados provenientes de las humanidades y las artes; cuarenta por ciento de nuestros miembros viven en Latinoamérica y el Caribe; hay una creciente presencia de indígenas y afrodescendientes; compartimos nuestros paneles académicos con activistas, periodistas y directores de cine. Hoy el concepto de América Latina sobrepasa las fronteras geopolíticas tradicionales de la región por dos fenómenos: de una parte, una creciente presencia de Latin@s en Norteamérica y una floreciente diáspora latinoamericana en Europa; mientras, de otra parte, los académicos latinoamericanistas han comenzado a percibir su investigación en un amplio contexto global y desde perspectivas más interdisciplinarias. Finalmente, la teoría producida en el Sur global, y en América Latina en particular, está ganando creciente aceptación en círculos académicos y no académicos del Norte, trastocando la direccionalidad tradicional en el flujo de ideas y reconociendo la creciente presencia de productores de conocimiento provenientes de sectores que han sido excluidos de los diálogos académicos.

El Congreso LASA-2017 en Lima, Perú, se construirá sobre estas múltiples transformaciones de LASA y del campo de estudios latinoamericanos, resaltando el tema de "Diálogo de Saberes/Dialogues of Knowledge." Con él buscamos destacar un amplio espectro de diálogos que se mueven más allá de las tradicionales separaciones disciplinarias y de los convencionales productores de conocimiento, y que están en el corazón de los estudios latinoamericanos hoy.

El "diálogo de saberes" se origina, en parte, en la revisión de las ciencias sociales a mediados del siglo XX, a las que se criticó por positivistas y por su supuesta objetividad y neutralidad, así como por sus orígenes

metropolitanos en el Norte global. En su lugar, los académicos tercermundistas propusieron formas de producción de conocimiento, tales como la Investigación Acción Participativa, orientadas a colaborar de manera equitativa con sectores populares para apoyar sus luchas. Continúa siendo válido en América Latina el compromiso de producir investigaciones socialmente relevantes y cuyas metodologías impliquen compartir la autoría intelectual con no académicos. La investigación colaborativa y la incorporación de voces indígenas, afrodescendientes y de otros sectores populares estarán, por tanto, en el centro del Congreso de 2017.

Con el tema del diálogo de saberes también queremos promover un encuentro interdisciplinario que rompa las fronteras entre campos académicos. También queremos estimular diálogos inter e intradisciplinarios como una forma de oponernos a la idea de que ciertos tópicos son competencia exclusiva de ciertas disciplinas. Puesto que estos diálogos están también moldeados por la forma en que las relaciones globales de poder impactan la producción de conocimiento, estamos especialmente interesados en ver cómo los focos y las preocupaciones temáticas de distintos campos académicos, difieren entre Estados Unidos y América Latina. Queremos que LASA propicie diálogos interdisciplinarios que incluyan perspectivas producidas en Latinoamérica, que no siempre asuman los enfoques norteamericanos. Puesto que algunos escritores que trabajan en los márgenes de las disciplinas académicas, tales como el periodismo investigativo y las historietas, hacen contribuciones significativas a los estudios Latinoamericanos, esperamos que el diálogo interdisciplinar abra espacio para otros medios y géneros de conocimiento. Finalmente, para reflejar la forma como el flujo de gente e ideas ha moldeado a América Latina, estimularemos paneles que exploren experiencias/espacios/historias poco estudiadas pero que desestabilizan las nociones convencionales sobre América Latina.

INSTRUCCIONES PARA ENVIAR PROPUESTAS:

<https://lasa.international.pitt.edu/esp/congress/submission.asp>

Fechas Clave: <https://lasa.international.pitt.edu/esp/congress/important-dates.asp>

CIERRA EL 7 DE SEPTIEMBRE

Workshop “the New Economic Historians of Latin America”

Madrid, Spain
January 2017



DEAD LINE: NOVEMBER 15TH 2016

CALL FOR PAPERS

PRESENTATION OF THE EVENT: After a three successful meetings at LSE in London (2013), Geneva (2014) and Barcelona (2015) we are organizing the fourth round of the Workshop “the New Economic Historians of Latin America” in Madrid in January 2017 in collaboration with the Instituto Figuerola of the Universidad Carlos III de Madrid and the kind support of Fundación Areces (Madrid) and the Spanish network ‘Globalization, Growth and Inequality’ (ECO2015-71534 REDT).

The workshop brings together PhD students working on any field, period or region of Latin America’s Economic History to present their research among peers and to discuss it with a group of economic historians and scholars interested in the economic history and development of the region more broadly.

We are now looking for PhD students working in the final stage of their doctorate who would benefit the most from a friendly and constructive discussion of their research in a one day workshop. This time the gathering will take place on the 20th January at the Fundación Areces in Madrid and organizers will partly cover travel and lodging expenses.

Interested participants should submit: 1) a title and an abstract of the paper (500 words) together with 2) a short CV and 3) a paragraph placing the paper in the expected final structure of the dissertation. Submissions should be sent to Alejandra Irigoin (m.a.irigoin@lse.ac.uk) by July 20th 2016.

The deadline for the final papers is November 15th 2016 for pre-circulation among discussants and other attendees.

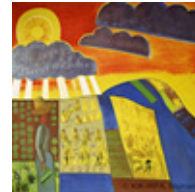


RHN 48/2016 | Call/EURHO

Organisation: ICAG (Interfaculty Center for Agrarian History, University of Leuven)

Leuven, Belgium

11-14 September 2017



DEADLINE FOR PANEL SUBMISSIONS: 15 OCTOBER 2016

Rural History 2017

CALL FOR PAPERS

It is a pleasure to announce Rural History 2017, the third biennial conference of the European Rural History Organisation (EURHO). The EURHO conferences aim at promoting the exchange of research questions and results, fostering co-operation between scholars engaged in the history of rural Europe and of its interaction with other parts of the world, from ancient times up to the present. Consequently the conferences are open to all interesting proposals within a broad range of themes and covering different historical periods and regions.

The forthcoming conference will take place in Leuven (Belgium) from Monday 11 to Thursday 14 September 2017. The organisation is in the hands of ICAG (the Interfaculty Center for Agrarian History, University of Leuven), in collaboration with the CORN (Comparative Rural History of the North Sea Area) research network.

For Rural History 2017, we encourage participants to present their newest and most promising research. We particularly welcome panels and papers which introduce unknown source material, develop new concepts or methods, and explore the connections between rural history and related research fields, such as archaeology, colonial history, environmental history, food and urban history, demography, anthropology, gender studies, etc., via a comparative, multidisciplinary or interdisciplinary approach.

The conference program will consist of 2 hour panel sessions on specific topics, with a maximum of four related papers per panel; double sessions on a particular topic are possible.

We require all panels to be made up internationally, with papers relating to at least two different countries, and we particularly welcome participants who are at the early stages of their research. To avoid an overfull conference program, participants are asked to limit themselves to the presentation of a maximum of two papers. Because Rural History 2017 wants to avoid the repetition of papers that have already been presented at another conference, we also ask you to restrict yourself to newer research.

With this call, we invite the submission of panel proposals. These proposals should consist of the panel's title, the full name and affiliation of the (co-)organiser(s), a short abstract (up to 500 words) that clearly describes its scope, research question(s) and purpose, and the name and affiliation of at least two speakers.

The deadline for panel proposals is **15 October 2016**.

Only online submission via the conference website at www.ruralhistory2017.be can be taken into consideration by the Scientific Committee.

The “Nationality” of the Company: Historical Approaches to a Possible Paradox

University of Frankfurt am Main
17-18 November 2017

Organizer: Boris Gehlen (University of Bonn), Christian Marx (University of Trier), Werner Plumpe (University of Frankfurt/M.), and Alfred Reckendrees (Copenhagen Business School)

CALL FOR PAPERS

The relationship between nation states and the companies based in their respective territories is often ambiguous. Companies provide employment and they pay taxes, they contribute to national income and frequently to “national identity” (Disney, Dior, Daimler). Companies and businessmen engage in bilateral and international diplomacy, e.g. as door-openers for new relationships of the West to the Soviet Union in the 1950s or to China in the late 1970s. At other times, companies supported national policies of war and crimes against humanity.

The histories of Chrysler, Krupp, or Rolls-Royce – to name just a few examples – provide abundant evidence of embeddedness and dependence on state capacity. Time and again, even companies describing themselves as multi- or trans-national seem to appreciate the security net of a nation state with its government and constituency of taxpayers, who act as lenders of last resort. In times of financial crisis there is no dearth of companies that claim to be citizens of a nation state for the sake of access to the respective state’s resources. At the same time the modern state has developed towards a ‘competition state’ acting like a company in a market of countries vying for investments. Nation states brand themselves; they try to attract customers and to service international markets.

The question of companies and their nationality opens the discussion about how companies relate to society and the nation state, and vice versa. What nationality (if it has one) does a company have and how can it be conceived? In this call for paper we present some topics and examples indicating that nationality might matter in specific ways and that discussing a company’s nationality and studying how it is produced and/or how it changed over time might be a promising enterprise. The topics are not conclusive; all proposals discussing the issue of nationality in regard to (private) companies are welcome.

PERCEPTIONS AND CONSTRUCTION OF NATIONALITY

The perception of what a company is about differs. Owners, employees, customers, and other stakeholders entertain different views on the same company. Employment might be one of the crucial factors in the discussion about the “nationality” of a company, products are perhaps another. The history of products is full of national narratives and sentiments; for more than a century “nationality” has been an element in marketing strategies and in the attempt to protect domestic markets (‘Made in Germany’, ‘Buy British’ etc). When Toyota set up subsidiaries in the USA in the 1980s, it employed American workers; its products continued to be “Japanese” cars, though, an argument frequently used to denounce Detroit’s competitors. What changed in the period of “globalization”? Many companies still produce “national” identities to promote specific products or strategies. Are these instances of “globalization” turned “national”?

It is generally assumed that McDonalds is an American corporation, and perhaps it is. But what about Atomic, the icon of Austrian skiing, owned by the Finnish corporation Amer Sports? Or Braun, whose products are perceived as the best of "German" industrial design? Since 1967 Braun has been owned by the "American" Gillette until in 2005 Gillette, and with it Braun, was sold to Procter & Gamble. Today, "Swiss" watches are sold with reference to national culture and values though the firm may be owned by a "Japanese" holding, the watch movement produced in Switzerland defines the nationality on the wrist. However, a Volkswagen car produced in Poland continues to be "German" car – how come?

NATIONALITY AS STRATEGY

A company's nationality is produced over time, and there are many factors to it, not least political factors. Yet, it does not seem as if a company's nationality was a mere figment of imagination or only a matter of perception that can easily be neutralized or simply changed. When Deutsche Bank set out to depart from its "national identity" it turned out to be impossible; and companies that aimed at establishing themselves as part of the respective host nation's community (be it open as in the case of Unilever or IBM Deutschland, or secret as ownership cloaking in the Interwar period) very often had a difficult time.

Internationalization strategies, the decision of whether to use branches or to set up independent subsidiaries that operate according to the regulations of the "host" country is often explained with favourable or unfavourable institutional arrangements or with the range of foreign activities. Political risk may play a role as well. Does the "nationality" of the company going abroad and does the respective host countries also matter for the respective strategy? And, moreover, what about the relation of size and strategy? Do small and medium-sized companies pursue a different approach to "nationality" in comparison to large-scale companies? Are "small-multinationals" more nationally (or regionally) embedded?

NATIONALITY IN INTERNATIONAL COMPANIES AND INTERNATIONAL MERGERS

Very many companies go abroad with their products, their brand, or parts or even all of their production; they internationalize and some of them seem to create new supranational entities that may outdo medium sized states in terms of economic power. Yet management may use the concept of nationality as a device to instill a sense of competition between different sites of production and the respective workforces within the corporation. Scepticism and fear of alien domination may arise when firms are taken over by foreign investors. Depending on the perceived "nationality" of the investor there seem to be good and bad takeovers, but what defines a good or a bad "nationality"? In the context of unwanted take-overs, employees and their trade unions often contribute to the construction of the "nationality" of a company.

NATIONAL DIVERSITIES

Business historians have long debated 'national management styles' and management practices. And there may indeed be leadership styles more prevalent in some national contexts and institutional environments than in others. But should one distinguish between 'American', 'German', or 'Japanese' firms or capitalisms? This notion includes more than historically developed institutional varieties as discussed in the Varieties-of-Capitalism literature; it implies that cultural differences and "nationality" matter in a certain way. This question, among others, is dealt with in the fields of immigrant entrepreneurship and ethnic business groups. And it should not be limited to the field of management styles. Companies are fields of action of different corporate agents including managers, executive staff members, workers or employee representatives. Do, for example, German work councils feel responsible for British employees? Would it be possible to assign industrial relations within a company to a specific "nationality"?

COMPANIES IN (POST)COLONIAL SETTINGS

In the era of decolonization, many Western companies saw the newly independent nations of Asia and Africa not only as sources for raw materials but also as promising markets. In some cases older business ties were reactivated or strengthened; in other cases companies entered the new nations as newcomers. Since many former colonies opted for planned, protected economies and restricted foreign direct investment, companies interested in doing business there had to negotiate with governments and bureaucracies. How did the “nationality” of the firms in question affect these relationships? Furthermore, post-colonial multi-ethnic societies often invented new variants of the nation state. There might be a specific corporate response to new nationalism in post-colonial countries for companies having roots within or outside the respective new states. Also, behavioral patterns of “foreign” companies might be contingent on their relationship to the previous colonial power. Similar questions arise of course also regarding the colonial period.

ECONOMIC NATIONALISM

One root of economic nationalism is the nation state and the protection of its citizens and their interests. Yet the quest for protection as well as the range of protection differs over time. The fear of foreign domination is often used as an argument to promote anti-foreign politics. Yet it is not only the political realm from which come calls for protectionism and anti-foreign measures. Companies ask for state protection as well in the shape of tariffs, subsidies, or other forms of legal, material, or moral support. When do we find economic nationalism in business? There is evidence for corporate support both to economic openness and to economic nationalism. One would expect export-oriented companies to behave different from those predominantly active in domestic markets, or companies relying on foreign finance to be in favour of open trade. But does this assumption hold? Some areas in which these relations are manifest are national and international cartels, restrictions on FDI, barriers to trade, currency issues, etc.

We invite scholars and Ph.D. students of any relevant (sub-) discipline to submit paper proposals relating to the wide range of topics that come under to the “nationality of the company”. Abstracts of 500 to 1,000 words (PDF format) presenting the subject, the conceptual framework and the analytical approach along with a brief CV (one page at the most) should be sent to Boris Gehlen [b.gehlen@uni-bonn.de], Christian Marx [marxchr@uni-trier.de], or Alfred Reckendrees [are.mpp@cbs.dk] by September 30, 2016.

At this point in time funding of travelling expenses and hotel for active participants is not guaranteed. Yet, we are optimistic that our funding application will be successful.

VII Congreso de Historia Ferroviaria

Valencia, España

19-20 de octubre de 2017

La Asociación Ibérica de Historia Ferroviaria, ASIHf, convoca el VII Congreso de Historia Ferroviaria (www.asihf.org/7congreso/), que se celebrará en Valencia los días 19-20 de octubre de 2017. Con ello se da continuidad a los congresos realizados por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles entre 1998 y 2012. El Congreso cuenta con el respaldo institucional de la Generalitat Valenciana, de la compañía ferroviaria pública Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana, y de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Se ha constituido un Comité Científico, formado por especialistas en la materia, que lo dirigirá y garantizará la calidad de los trabajos presentados.

Este VII Congreso llama a enviar comunicaciones sobre Los corredores ferroviarios en perspectiva histórica: el caso del Mediterráneo; Los Ferrocarriles Regionales y Autonómicos; El ferrocarril en la Segunda República y la Guerra Civil española; El papel del ferrocarril en el pensamiento económico socialista; e Ingenieros y ferrocarriles, siglos XIX y XX. También contará con una sesión general que dará cabida a cualquier otro tema de suficiente relevancia y rigor científico. Las propuestas de comunicaciones, que no deben sobrepasar las 300 palabras, deben ser enviadas a la organización (7congresoHF@asihf.org) antes del 31 de octubre de 2016. La matrícula es de 50€, pero los parados y socios de ASIHf están exentos del pago. En su momento, se irá informando de los plazos y los demás aspectos del encuentro.

Rafael Barquín

XII CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE HISTORIA ECONÓMICA

Colegio y Hospedería Arzobispo Fonseca Universidad de Salamanca

Salamanca, España

6-9 de septiembre de 2017



Organizan



PRIMERA CIRCULAR:

- A) Propuestas de sesiones
- B) Propuestas de comunicaciones
- C) Propuestas de pósteres

En el curso 2017-2018 se cumple el octavo centenario de la Universidad de Salamanca. Se trata de la universidad española más antigua de entre las que han permanecido abiertas. Dentro de esta celebración el Consejo de la AEHE y el Comité Organizador del XII Congreso invitan a los investigadores de la comunidad internacional dedicada a la historia económica a que presenten los trabajos realizados y sus proyectos en curso.

El XII Congreso de la AEHE se desarrollará en el llamado Colegio del Arzobispo Fonseca del siglo XVI, una de las mejores obras del Renacimiento español, y en la Hospedería aledaña del siglo XVII. Su restauración en 2004 ha permitido que allí se hayan celebrado numerosos congresos internacionales, reuniones de Estado multilaterales y que además sea la sede de una de las más prestigiosas orquestas barrocas de Europa. Hasta mediados del siglo XIX fue el colegio de los nobles y presbíteros irlandeses y escoceses donde recibían la enseñanza de la doctrina católica, pues en el Reino Unido el estudio de la fe católica era considerado un acto reprobable.

Salamanca nos acogerá la noche del día 7 con el inicio de su Semana de Ferias y Fiestas. Esa noche se podrán contemplar los fuegos artificiales en el Puente Romano y todos los días disfrutar de una ciudad en la que en cualquier rincón de su casco histórico se podrá escuchar un concierto, ver una breve actuación o degustar una vianda al aire libre.

ÁREAS TEMÁTICAS Y SECCIONES

El Consejo de la AEHE ha decidido que el XII Congreso dedique a la historia de la energía una de sus dos sesiones plenarias, y elegir la otra sesión plenaria entre las propuestas que se reciban tras esta primera circular.

El Consejo de la AEHE propondrá a los coordinadores de la sesión plenaria dedicada a la energía.

El Congreso tendrá una conferencia de inauguración/clausura, dos sesiones plenarias, sesiones simultáneas, sesión de presentación de pósteres, sesión de presentación de tesis doctorales en curso y leídas con posterioridad al anterior congreso y la sesión de presentación de novedades editoriales. Estas dos últimas se anunciarán en la segunda circular.

A) PROPUESTAS DE SESIONES

- Al menos dos personas deberán presentar la propuesta de sesión.
- La presentación de propuestas de sesiones permanecerá abierta hasta el 5 de junio de 2016.
- Las propuestas deberán incluir como datos: apellidos y nombre de los organizadores, filiación, teléfono, correo electrónico, título de la sesión, posibles investigadores que han mostrado su interés en participar, un breve resumen del contenido de la misma (extensión de 300 a 600 palabras) y manifestar el interés - o no - porque la sesión tenga, además, el carácter de plenaria.
- Una vez recibidas, las propuestas serán sometidas a un proceso de evaluación por parte del Consejo de la AEHE. La resolución sobre la aceptación o denegación de las propuestas recibidas será comunicada el 5 de julio de 2016.
- Los textos definitivos deberán entregarse antes del 31 de mayo de 2017. Las normas de presentación seguirán las de la revista de la AEHE: Investigaciones de Historia Económica <http://www.elsevier.es/es-revista-investigaciones-historia-economica-economic-328-normas-publicacion>
- No se aceptará ninguna sesión en la que sus organizadores y aquellas personas que figuren como autor o autora de las comunicaciones no estén inscritas en el Congreso. En el caso de los organizadores la inscripción se hará al menos con un mes de antelación a la celebración del congreso.
- La organización se reserva el derecho de programar sesiones simultáneas si el número de las mismas o de las ulteriores comunicaciones aceptadas así lo aconsejase.
- Correo electrónico de contacto y envío de propuestas: congresoAEHE@usal.es

B) PROPUESTAS DE COMUNICACIONES

- La presentación de propuestas de comunicaciones permanecerá abierta hasta el 23 de diciembre de 2016.
- Se recomienda que las/os autoras/es de las comunicaciones se pongan en contacto con las personas responsables de las sesiones, a partir de que se haga pública la lista de las sesiones aceptadas (6 de julio de 2016), para integrarse en las mismas.

- Las propuestas de comunicaciones recibidas que no se hayan integrado en las sesiones aprobadas serán sometidas a un proceso de evaluación por parte del Consejo de la AEHE. La resolución sobre la aceptación o denegación de las propuestas de comunicaciones recibidas será anunciada el 23 de enero de 2017.
- Las propuestas de comunicaciones deberán incluir como datos: apellidos y nombre del/de la comunicante, filiación, teléfono, correo electrónico, título de la comunicación y un breve resumen del contenido de la misma (extensión aproximada de 200 a 300 palabras).
- Los textos definitivos deberán entregarse antes del 3 de julio de 2017. Las normas de presentación y extensión deberán coincidir con las de la revista de la AEHE Investigaciones de Historia Económica <http://www.elsevier.es/es-revista-investigaciones-historia-economica-economic-328-normas-publicacion>
- En el caso de que a alguna de las personas inscritas no se le aceptara la comunicación, y hubiera abonado la cuota correspondiente, se le devolvería íntegramente la misma si ya no le interesara participar en el Congreso.
- Correo electrónico de contacto y envío de las propuestas: congresoAEHE@usal.es

C) PROPUESTAS DE PÓSTERES

- La presentación de propuestas de pósteres permanecerá abierta hasta el 23 de diciembre de 2016.
- Las propuestas de pósteres serán sometidas a un proceso de evaluación por parte del Consejo de la AEHE. La resolución sobre la aceptación o denegación de las propuestas recibidas será anunciada el 23 de enero de 2017.
- Las propuestas de pósteres deberán incluir como datos: apellidos y nombre del/de la comunicante, filiación, teléfono, correo electrónico, título de la comunicación y un breve resumen del contenido (extensión aproximada de 200 a 300 palabras) y un esquema explicativo sucinto.
- Los pósteres aprobados podrán enviarse por correo o entregarse a la recepción de la documentación durante la inscripción. La organización del Congreso no se responsabiliza de su devolución una vez concluido el congreso. La dirección de entrega si resulta aprobada su exposición es:

XII Congreso AEHE
Edificio I+D+i USAL
Calle Espejo 2
37002 Salamanca

- En el caso de que a alguna de las personas inscritas no se le aceptara la exposición del póster, y hubiera abonado la cuota correspondiente, se le devolvería íntegramente la misma si ya no le interesara participar en el Congreso.
- Correo electrónico de contacto y envío de las propuestas: congresoAEHE@usal.es

CUOTAS DE INSCRIPCIÓN	HASTA 04/05/2017	DESDE 5/05/2017
Socias/os Titulares de la AEHE	90 €	110 €
Socias/os Sénior (socios jubilados o en edad de jubilación que hayan sido miembros titulares de la Asociación)	50 €	60 €
Socias/os estudiantes, doctorandos o post-doctorales de edades hasta los 35 años	40 €	50 €
Otras/os participantes	180 €	220 €
Acompañantes	65 €	85 €

El número de cuenta para ingresar la cuota de inscripción se comunicará en la segunda circular y en el boletín de inscripción que figure en la página web del congreso a partir del día 5 de septiembre de 2016.

La cuota de inscripción como socio titular, socio sénior, socio estudiante o como otro participante dará derecho a participar en todos los actos científicos y sociales, así como a recibir la documentación y a asistir a los almuerzos y la cena de gala programados.

Las excursiones serán de libre elección, por tanto su coste no estará incluido en la cuota de inscripción.

Se emitirán certificados de asistencia y/ o presentación de comunicación y/o organización de sesión sólo a aquellas personas inscritas en el Congreso.

La cuota de inscripción como acompañante dará derecho a la asistencia a las sesiones y a los actos sociales, cena de gala y almuerzos programados, pero no a la entrega de documentación durante o después del Congreso.

COMITÉ ORGANIZADOR

(Área de Historia Económica de la Universidad de Salamanca)

Mar Cebrián María Pilar Brel

Esther Sánchez Sánchez Elisa Botella

Ángel Luis González Esteban Santiago M. López

COMITÉ CIENTÍFICO

(Consejo de la AEHE)

Adoración Álvaro Moya (CUNEF), Miguel Ángel Bringas Gutiérrez (U. Cantabria),

Xoan Carmona Badía (U de Santiago), Lluís Castañeda Peirón (U. Barcelona),

Elena Natividad Catalán Martínez (U del País Vasco / EHU), Luis Germán Zubero (U. de Zaragoza),

Enrique Llopis Agelán (U. Complutense de Madrid), José Ignacio Martínez Ruiz (U. de Sevilla),

José Antonio Miranda Encarnación (U. de Alicante), Josep Pujol Andreu (U. Autònoma de Barcelona), Xavier

Tafunell Sambola (U. Pompeu Fabra),

Joseba de la Torre Campo (Universidad Pública de Navarra), Estrella Trincado Aznar (U. Complutense de Madrid)

XVIII Congreso Ahila

Universitat de Valencia
2017

SIMPOSIO

Historia económica y empresarial del sector servicios en América Latina y la Península Ibérica (siglo XX)

COORDINADORES

Mario Cerutti (Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México)
marioceruttipignat@gmail.com

Javier Vidal Olivares (Universidad de Alicante, España)
jvidal@ua.es

I. Estará dedicado a proseguir el intercambio efectuado en México durante CLAHDE II (febrero/2010), cuando se concluyó que el sector había constituido “uno de los motores del crecimiento económico moderno al compás del propio desarrollo industrial”. Aunque posteriormente se acentuó la indagación sobre tan importante rubro, en América Latina y en el espacio ibérico la perspectiva histórico-empresarial de los servicios no alcanzó todavía su plena madurez.

II. Así, uno de sus objetivos será cotejar trabajos sobre las diversas áreas en que este sector ha influido, ya por sus vínculos con la producción y la empresa, ya por sus funciones en intermediación, asesoramiento o atención al cliente.

III. A lo anterior sumaremos la expectativa de recoger materiales históricos, de poner atención en la actividad empresarial (desde biografías hasta trayectoria de empresas), y conocer investigaciones recientes, entre otras, sobre banca, impacto en el ámbito agropecuario, los transportes, las comercializadoras, los seguros y las telecomunicaciones.

IV. Objetivo final: hacer hincapié en la visión comparativa entre la Península Ibérica y el espacio latinoamericano.

V. Las propuestas de ponencia se recibirán hasta el 15 de octubre de 2016 (más información sobre el Congreso, en ahila2017.uv.es)