

EDUCACIÓN SOCIAL: CUESTIONES BÁSICAS PARA EMPRENDER HOY

Vega Gil, Trinidad

SECOT (Seniors para la Cooperación Técnica)
tvguil@telefonica.net

Viniegra Pacheco, Marcos

SECOT (Seniors para la Cooperación Técnica),
mvmarcosvp@gmail.com

Bermúdez Rey, M. Teresa

EUPO. Universidad de Oviedo
bermudezteresa@uniovi.es

Palabras clave: Educación social, emprendedores, sectores emergentes

1. Introducción

Esta comunicación tiene como objetivo presentar sectores emergentes de empleo para los futuros educadores sociales si deciden emprender. Para ello se analizan los apartados que hay que tener en cuenta para poner en marcha una empresa, y se recogen algunas de las experiencias llevadas a cabo en torno a esta temática, a la vez que se proporcionan enlaces para los emprendedores que necesiten asesoramiento. Para ello se parte de un estudio realizado por SECOT (Asturias) con respecto al futuro del educador social en el marco de la creación de empresas.

2. Crear una empresa propia

Como punto de partida, resulta muy relevante responder a la pregunta sobre si éste es un buen momento para emprender. Para ello interesa saber que el ciclo económico es una oscilación de la producción, la renta y el empleo de todo un país, que suele durar entre dos y diez años y que se caracteriza por una expansión o contracción general de la mayoría de los sectores de la economía (Kydland y Prescott, 1982). Las curvas del ciclo económico pasan por etapas de prosperidad, recesión, contracción, recuperación y prosperidad. En la fase de recuperación se volverá a crecer, pero de forma diferente. Los ciclos económicos nos abocan a un futuro mejor, por tanto se hace imprescindible la formación, la creatividad y la innovación.

La evolución de la tasa de paro en España se ha incrementado de forma vertiginosa en los últimos años, observándose una mayor incidencia en estos altos valores en la población joven (Real Decreto-Ley 4/2013). En estas circunstancias se considera aconsejable el plantearse emprender. Se sabe que existen mayores oportunidades en las fases expansivas del ciclo económico, pero también es posible arrancar en etapas menos favorables, con una buena idea, creatividad, sentido común y mucho trabajo. Existen muchas razones y formas de autoempleo, y no todas son económicas.

El emprender tiene ventajas ya que la persona disfruta de la satisfacción de “ser su propio jefe”, no existe una supervisión directa, se controla mejor el horario de trabajo, se puede prosperar con más rapidez e igualmente se puede crear trabajo (IMADE, 2008). Y también tiene desventajas ya que supone una mayor responsabilidad para la persona, que trabaja muchas horas y sin horario, teniendo una dedicación total al negocio y a los clientes, observándose un mayor estrés, riesgo e incertidumbre (CEEI, 2013).

Existen por otra parte dificultades al inicio de toda labor emprendedora entre las que se encuentran: la falta de una idea de negocio y de una cultura emprendedora, las necesidades de ayuda económica para acometer el negocio, el desconocimiento del sector de actividad y falta de formación, la aversión al riesgo, y ciertos prejuicios ante la opción de emprender por el rechazo al fracaso y la desconfianza del entorno (CEEI, 2013). Además de superar estas barreras, el emprendedor debe poseer ciertas cualidades: creatividad, autoconfianza, habilidad innovadora, habilidades sociales, asunción de riesgo, tenacidad, entusiasmo, liderazgo, orientación al logro, predisposición hacia el trabajo en equipo y capacidad de organización y planificación, entre otras (SECOT, 2013).

Como paso siguiente para crear una empresa, se necesita una idea de negocio. Las fuentes de inspiración para emprender se pueden obtener a partir de la propia experiencia profesional, de la observación de tendencias y modas, teniendo en cuenta las propias cualidades personales, los cambios en el entorno, las deficiencias ajenas o de una idea innovadora. El propósito en todo caso

supone mejorar lo que ya existe, cubrir una necesidad no satisfecha, ocupar un nicho de mercado, o realizar las cosas de forma diferente (imitando o importando ideas ya existentes, innovando o usando habilidades propias) (CEEI, 2013).

La creatividad ocupa un lugar importante en la creación de una empresa; como es sabido, existen múltiples técnicas para estimular la creatividad como el brainstorming, brainwriting, las conexiones morfológicas forzada, el arte de preguntar, las listas de atributos, los mapas mentales, el método Delphi, etc (CEA y CEAT, sf).

La idea de negocio deberá concretarse al definir el producto en función de sus características, del mercado al que va dirigido y de su diferenciación con productos similares de la competencia. El producto debe contar con una ventaja competitiva, que represente un reto factible de superar, que pueda contar con una diferenciación y no tenga demasiada competencia no sólo hoy en día sino también en el futuro, y por último que trate sobre un tema que le resultante muy atractivo al emprendedor (IMADE, 2008). Hay que tener presente que el producto supone algo más que unas características físicas, un envase o una marca, también es importante la garantía, el servicio post-venta, las condiciones de pago, las satisfacciones y los beneficios que aporta al cliente.

Para poder saber cuáles son las necesidades del cliente, es fundamental realizar un estudio de mercado que permitirá la obtención de información para la toma de decisiones con objeto de minimizar riesgos en la decisión; con ello se fijan objetivos realistas en las ventas y se determinan las herramientas de marketing a utilizar para conseguir tales objetivos (SECOT, 2013). Entre las fuentes de información se encuentran las encuestas (personal, telefónica, internet), las reuniones de grupo, las entrevistas en profundidad; además del estudio de fuentes de datos ya existentes en internet, estadísticas oficiales o en estudios de instituciones. El detectar las nuevas áreas de mercado (o nuevos yacimientos de empleo) supone encontrar espacios de ocupación que aparecen para hacer frente a nuevas necesidades detectadas y que tienen un desarrollo potencial (CEEI, 2013).

Ronda (2012), señala que tradicionalmente el trabajo de los educadores sociales en Europa, supuso la presencia de este profesional en muchos servicios con usuarios de todas las edades y con problemas de índole muy diversa; en la actualidad entre las nuevas áreas de mercado para la educación social, se encuentran: la inserción y reinserción social, la acción socio-cultural, la acción socio-educativa y la acción socio-laboral, a través de: formación y recursos humanos, educación para la salud, organización de eventos, departamentos de acción social, orientación y formación intercultural, programas de multiculturalidad, desarrollo integral de territorio, prevención de la exclusión social, asociaciones de usuarios y consumidores, ludotecas, empresas de ocio y tiempo libre, cooperación para el desarrollo, residencias y pisos tutelados, centros de rehabilitación, gestión de formación ocupacional, e-learning, orientación e inserción laboral, actividades de ocio para la tercera edad (incluyendo residencias con actividades de entretenimiento). Servicios de asistencia integral a mayores. Empresas de inserción. Centros especiales de empleo. Sociedades laborales. Asociaciones y Fundaciones. Cooperativas. Producciones multimedia y páginas web. Animación sociocultural en espacios públicos y recintos comerciales. Educación y sensibilización medioambiental. Ayuda física y psicológica a discapacitados (CEA y CEAT, sf).

Algunos casos de éxito de emprendedores sociales se ejemplifican con tres experiencias:

- Jean Claude Rodríguez-Ferrera, en base a la idea de crear *Comunidades Autofinanciadas* (CAF) o grupos de entre seis y treinta personas que se unen para convertirse, al mismo tiempo, en prestatarios y solicitantes de créditos.
- Cristóbal Colón, en base a la idea de crear una empresa cuyo objetivo es la integración socio-laboral de personas con discapacidad psíquica y/o enfermedad mental. En la actualidad, *La Fageda* factura 10,7 millones de euros y emplea a cerca de 300 personas.
- José María Pérez, *Peridís*, en base a la idea de crear *Escuelas Taller* para la recuperación del patrimonio histórico. Forman y emplean a un gran número de jóvenes.

En todo caso si la iniciativa que se ha emprendido no tiene éxito, hay que tener en cuenta que el fracaso empresarial es el primer paso hacia el éxito y que la actitud es fundamental para aprender de los propios errores, y aunque nunca se puede garantizar el éxito de ninguna iniciativa empresarial, se sabe que la mayor parte de las personas que han fracasado y se embarcan en otra experiencia, triunfan. (CEA y CEAT sf). Por ello es importante aceptar y desdramatizar el fracaso lo antes posible, reflexionar sobre los propios errores, no abandonar el objetivo sino intentarlo por otros medios y asumir la responsabilidad.

3. El Plan de Empresa

Para crear una empresa se necesita realizar un plan de empresa o documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto (Ministerio Industria, Energía y Turismo, 2013). El plan de empresa es una herramienta que permite determinar la viabilidad de un proyecto de esta índole. Es una guía para la planificación empresarial y un instrumento para la búsqueda de financiación que facilita el desarrollo de nuevas estrategias y actividades, a la vez que se convierte en una carta de presentación ante terceros (CEEI, 2013).

La estructura modelo de un plan de empresa debe incluir los siguientes apartados:

1. Datos básicos del proyecto
2. Promotores del proyecto
3. Descripción de los productos / servicios
4. Plan de producción
5. Análisis del mercado
6. Plan de marketing
7. Organización y personal
8. Plan de inversiones
9. Previsión de cuenta de resultados
10. Financiación prevista
11. Valoración del riesgo

Sin ánimo de ser exhaustivos, se citan a continuación, algunos de estos apartados (CEEI, 2013; Ministerio Industria, Energía y Turismo, 2013 y SECOT, 2013).

Entre *los Datos básicos del proyecto* se incluirían los siguientes: nombre de identificación del proyecto, la ubicación, la fecha de inicio, el tipo de sociedad, una explicación breve de la actividad a desarrollar, el número de trabajadores previstos, la estimación de la inversión necesaria y su financiación.

En la *Descripción de los productos/ servicios* se incluirá la identificación de los mismos y/o la descripción de sus características técnicas, los elementos innovadores que incorporan y los caracteres diferenciales respecto a los de la competencia.

En cuanto al *Análisis de mercado*, se deben considerar los aspectos generales del sector, los clientes potenciales, el análisis de la competencia y las barreras de entrada.

Por lo que respecta al *Plan de marketing* debe analizarse la estrategia de precios, la política de ventas, la promoción y publicidad, los canales de distribución, el servicio post-venta y garantía.

Todo emprendedor debe saber que para crear una empresa es fundamental definir una estrategia que transmita sus elementos diferenciales y permita que sus miembros tengan un futuro posible compartido, al tiempo que explique al resto de la sociedad lo que pretende hacer. Las estrategias nos permiten alcanzar los objetivos propuestos como: definir el fin de la empresa, el área a la que se dirige, los servicios o necesidades que cubre, los valores que promueve, la diferenciación con otras empresas, los principales productos o servicios que ofrece, definir sus valores, actitudes y claves, la imagen de la empresa, de los clientes, los trabajadores y la sociedad (SECOT, 2013).

Partiendo de lo anterior algunos consejos clave para crear una empresa son: elaborar un proyecto empresarial propio, aprender de otros emprendedores, tener confianza en uno mismo, estar dispuesto a cambiar las prioridades, aprender de los errores, no rendirse nunca y saber que la empresa no es de una persona, sino de sus socios (CEA y CEAT s.f.).

Igualmente es conveniente tener en cuenta algunos de los errores más frecuentes que se cometen como comenzar con exceso de optimismo, no tener claro quién es el usuario y lo que va a comprar, confiar en que "llegarán" los usuarios, no valorar la necesidad de diferenciación, basarse en algo "que se vende bien", no planificar, pensar sólo en las necesidades de inversión, dar por segura la financiación externa, confundir la administración con el "papeleo" y no estar preparados para el éxito (SECOT, 2013).

De lo anterior se desprende que una de las claves a la hora de emprender es la diferenciación, el elemento que confiere esta cualidad de diferenciación debe ser poseído por una sola empresa (o muy pocas), ser conocido y valorado por los clientes y ser sostenible a largo plazo (asignando recursos suficientes y analizando reacciones de competidores).

Entre los ejemplos más o menos conocidos para ilustrar casos de éxito en base a la diferenciación se encuentran: *Pilas Duracell*, diferenciadas por su duración; *IKEA*, diferenciada por su calidad a bajo coste, o *Turrón 1880*, diferenciado por su comunicación recogido en el siguiente lema “el turrón más caro del mundo”. Según informes de las Cámaras de Comercio a partir de datos del INE del año 2006, antes de la irrupción de la crisis económica en España (2007) más del 50% de las empresas españolas desaparecía antes de cumplir el cuarto año de actividad. Algunas de las causas internas del fracaso en las empresas que se han analizado son: ausencia de cultura empresarial, falta de análisis estratégico, mala administración, incompetencia personal y carencia de división funcional.

Y como contrapartida, algunos de los factores que han llevado al éxito a las empresas son: innovación en productos en forma de venta y en modelo de gestión, solidez financiera disponiendo de varias líneas de productos, proyectos a largo plazo, poseer un mercado definido y un buen conocimiento del nicho de negocio (SECOT, 2013).

4. Constitución legal de una empresa

Dentro del proceso de formación de un negocio, la constitución legal de la empresa es un paso esencial, solo así, se logrará que la misma sea legalmente reconocida y pueda funcionar de forma regular. Para ello, señalemos algunos trámites para constituir una empresa como autónomos (CEEI, 2013):

- Alta censal y opción de régimen fiscal.
- Alta en impuesto de actividades económicas (IAE).
- Declaración en Hacienda de inicio de actividad.
- Afiliación al Régimen de Autónomos.
- Comunicación de apertura en Dirección Provincial de Trabajo.
- Otros: Licencia municipal de obras (si procede)
 - Legalización del Libro de visitas
 - Legalización de los Libros Contables
 - Legalización del Calendario Laboral

La elección de la forma jurídica de la empresa determina la responsabilidad que asumen los socios de la misma. En el siguiente cuadro se recoge los diferentes tipos:

Tabla nº 1. Formas Jurídicas de empresa

TIPO	ABREVIATURA	SOCIOS mínimo	CAPITAL mínimo	RESPONSABILIDAD
AUTÓNOMO		1	No hay	Ilimitada
SOCIEDAD CIVIL	S.C.	2	No hay	Ilimitada
COMUNIDAD DE BIENES	C.B.	2	No hay	Ilimitada
SOCIEDAD LIMITADA	S.L.	1	3.006€	Limitada al capital
SOCIEDAD ANÓNIMA	S.A.	1	60.101€	Limitada al capital
COOPERATIVA	Coop.	3	1.803€	Limitada al capital

(Secot, 2013)

5. El uso de internet en la empresa

En la actualidad Internet se ha convertido en una herramienta básica para cualquier actividad, dado que facilita el acceso a la información, permite comunicar la propia, buscar y comparar ofertas, comprar y vender productos y servicios, cobrar y pagar, permitiendo además que la empresa obtenga visibilidad. Las redes sociales facilitan las actividades de marketing y permiten conocer las opiniones de clientes e interesados, así como canalizar clientes potenciales a la web de empresa.

Entre las ventajas de las nuevas tecnologías se encuentran: la interactividad, el bajo coste, la notoriedad, el posicionamiento en buscadores el apoyo a la imagen de marca, el acceso al mercado global, la constitución de redes privadas virtuales de comunicación, la gestión desde cualquier parte y la conectividad multiplataforma. Entre las desventajas se encuentran: la visibilidad, las opiniones críticas o negativas, la pérdida de privacidad, el riesgo de suplantación de identidad, así como la seguridad y los costes en la gestión de cobros (Fundación IBIT, s.f.). Para ser accesible en las redes con cierta garantía, es necesario planificar la gestión de la información, buscar diferenciación y crear contenidos interesantes y atractivos.

Además, situar un negocio en internet implica vender algo como puede ser: información, contenidos multimedia tipo publicaciones, música o imagen, servicios como formación, asesoramiento, apoyo o teletrabajo, bienes tangibles (exige gestión logística) que sean de producción propia o de otros fabricantes; pero también implica el cobrarlo de dos posibles formas (Asociación Española Economía Digital, 2012):

- On-line mediante cobro con tarjeta (con plataforma segura propia o con módulo de cobro alquilado) o con servicio de pago sobre Internet (Paypal, Safetypay,...).
- Off-line a través de servicios bancarios tradicionales (con confirmación ingreso).

6. Líneas de financiación del proyecto empresarial.

Dado que la financiación es una parte fundamental para crear una empresa, se señalan a continuación las fuentes de financiación a las que se puede acceder (SECOT, 2013):

- Financiación propia: a través de ahorros propios, préstamos familiares, capitalización del desempleo (cobrar la prestación por desempleo en un pago único), cuenta ahorro empresa (o cuenta ahorro destinada a personas que deseen crear una sociedad limitada nueva empresa, en un plazo no superior a cuatro años deduciendo el 15% en el IRPF con un límite de 9000 euros).

- Financiación ajena: en forma de préstamos, créditos, descuentos, créditos participativos, etc. En el caso de préstamo la entidad financiera entrega un dinero al solicitante que se compromete a su devolución en un plazo determinado junto a los intereses devengados. En el caso del crédito al solicitante de una línea de crédito se le pone a disposición una cantidad de dinero hasta un límite fijado. Puede hacer uso durante un tiempo fijado, devengando intereses únicamente por las cantidades dispuestas. Estos sistemas de financiación precisan de garantías bien sean hipotecarias, avales personales o mediante un buen plan de empresa.

- El Capital-Riesgo: es una inversión a largo plazo en pymes con el objetivo de alcanzar rentabilidad. Las entidades de capital riesgo realizan estas inversiones, cuyo objeto principal consiste en adquirir participaciones temporales en el capital de empresas. La inversión se realiza en diferentes fases de la empresa, destacando la fase de expansión y compra apalancada. Con la ayuda del capital de riesgo, se busca que la empresa aumente su valor y una vez consolidada la inversión, el capitalista se retire obteniendo un beneficio. El inversor de riesgo invierte en participaciones de empresas que pertenezcan a sectores dinámicos de la economía, de los que se espera que tengan un crecimiento superior a la media (*Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013*)

- Business Angels: es un individuo con gran conocimiento de ciertos sectores que invierte capital en proyectos de gran crecimiento en sus primeros años de actividad. Los Business Angels invierten sus propios fondos y se implican en la gestión del proyecto. Un número cada vez mayor de Business Angels se están organizando en redes, grupos o clubes de ángeles para compartir esfuerzos y unir sus capitales de inversión. El Business Angel cubre el espacio, en la financiación de un negocio naciente, entre las "tres f" (family, friends, and fools) de capital semilla y las entidades de capital de riesgo (*Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013; SECOT, 2013*).

- Ayudas y subvenciones: Existen diversas ayudas y subvenciones de las distintas administraciones públicas, asociaciones o corporaciones dirigidas a los emprendedores. Algunas se fundamentan en la situación personal del emprendedor y otras en el tipo de actividad a desarrollar.

Algunos tipos son: subvenciones financieras, préstamos a bajo interés y bonificaciones de cuotas a la S. Social. La mayoría solo se pueden pedir con la actividad en funcionamiento. Conviene recordar que las ayudas y las subvenciones son solo ayudas, que suelen tardar en hacerse efectivas, y que no deben constituir la fuente principal de financiación de la empresa (SECOT, 2013).

7. Entidades y organismos que asesoran a emprendedores

Por último, se relacionan algunas entidades y organismos de reconocida valía por su trayectoria profesional a través de muchos años, que ofrecen apoyo y asesoramiento a los emprendedores, así como enlaces de interés para todo educador social que esté dispuesto a emprender.

SECOT: *Voluntariado de Asesoramiento Empresarial*. Directivos que asesoran gratuitamente a emprendedores, micropymes y entidades sin ánimo de lucro. <http://www.secot.org>

AJE: *Asociación de Jóvenes Empresarios*. Facilita asesoramiento empresarial gratuito a sus asociados. <http://www.ajeasturias.com>

FUNDACIÓN BANCAJA: la actividad llevada a cabo por la Obra Social Bancaja se desarrolla en tres áreas: juventud, cultura y desarrollo social. <http://www.fundacionbancaja.es>

VALNALÓN: *el Semillero de Empresas de Valnalón*, desde 1992, apoya a personas emprendedoras que quieren crear su propia empresa. Trabaja también en desarrollo de la cultura emprendedora. <http://www.valnalon.com>

JUNIOR ACHIEVEMENT: tiene como misión preparar e inspirar a los jóvenes para que tengan éxito en una economía global generando el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas en un marco de responsabilidad y libertad. <http://spain.ja-ye.eu>

CÁMARAS DE COMERCIO: las Cámaras de Comercio prestan, entre otros, servicios de formación y asesoramiento para sus asociados. <http://www.camara-ovi.es>

Otros enlaces de interés son:

- Portal de la Pyme (pequeña y mediana empresa) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. <http://www.ipyme.org>
- Portal de creación de empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo <http://creatuempresa.org>
- Plataforma de impulso al emprendimiento: <http://www.aprenderaemprender.es>
- Campus emprende, concurso de fomento del espíritu emprendedor en la universidad <http://www.redtcue.es>
- Portal líder en economía de empresa y emprendedores <http://www.emprendedores.es>
- Red social de mujeres empresarias y profesionales dirigida a todas las personas emprendedoras <http://www.emprendedoras.com>
- Centro Europeo de empresas e Innovación del principado de Asturias, apoya la promoción de empresas innovadoras y emprendedores. <http://www.ceei-asturias.es>
- Agencia Tributaria <http://www.agenciatributaria.es>
- Seguridad Social <http://www.seg-social.es>

8. Conclusiones

Es frecuente observar como la labor del educador social se ha mantenido alejada del sector empresarial, no obstante en la actualidad los futuros graduados han de tener presente, que el emprendimiento supone una salida profesional nada desdeñable. De todos es sabido que aunque los estudios universitarios de educación social poseen una corta trayectoria, el ejercicio de la profesión demanda una actualización constante. Es deseable que en el futuro vean mermado su protagonismo fórmulas de empleo temporales, mal remuneradas y poco reconocidas, basadas únicamente en la pertenencia a asociaciones u ONGs.

En estas líneas se ha apostado porque este experto, como tantos otros, se convierta en un emprendedor, estudioso de los distintos sectores emergentes por los que va transitando su quehacer laboral y que demandan a su vez, una formación especializada. Habrá que vencer no obstante ciertas resistencias muy enraizadas entre los educadores, derivadas del rechazo hacia la "idea de negocio", tan habitual en otros ámbitos y no incompatible con la educación social (así los emprendedores sociales desarrollan sus negocios en torno a la solución de problemas sociales, no descartándose por tanto, ni el beneficio ni el valor para los usuarios).

Todo ello supone el trazado de una hoja de ruta que le ha de brindar a este profesional nuevas oportunidades, en su deseo de llegar a buen puerto.

9. Referencias bibliográficas

- Asociación Española de Economía Digital (2012). *Libro blanco del comercio electrónico*. Extraído de <http://www.adigital.org>
- CEA (Confederación Empresarial andaluza) y CEAT (Federación Andaluza Autónomos) (s.f.). *Guía fomento iniciativas empresariales (Pymes/Autónomos) en sectores emergentes*. CEA y CEAT.
- CEEI (Centro Europeo de empresas e Innovación del principado de Asturias), (2013). Extraído de <http://www.ceei-asturias.es>
- Consejo Superior Cámaras de Comercio (2006). *La empresa en España*. Extraído de <http://www.camaras.org>
- España. Real Decreto-Ley 4/2013, de 23 de febrero, por el que se establecen Medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de febrero de 2013, 47, 15219-15271.
- Fundación IBIT (s.f.) *Internet y empresa*. Extraído de http://www.ibit.org/dades/doc/470_es.pdf
- Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE), Cámara de Comercio y Confederación de Empresarios Madrileños (2008). *Manual del empresario autónomo*. Madrid
- Kydland F.E. y Prescott E.C. (1982). Time to Build and Aggregate Fluctuations. *Econometría*, (50), 1345-1370.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2013). Portal de creación de empresas. Extraído de <http://www.creatuempresa.org>
- (2013). Portal Pyme. Extraído de <http://www.ipyme.org>
- Ronda Ortín, L. (2012). El educador social. Ética y práctica profesional. *Pedagogía Social, Revista Interuniversitaria*, 19, 51-63.
- SECOT (2013). *Documentación Biblioteca Asesoramiento Empresarial*. Extraído de <http://www.secot.org>