

EL TEMA

Juventud y emprendimiento. Una oportunidad en tiempos de crisis

EL TEMA

España se encuentra en un momento en el que el emprendimiento es imprescindible. No podemos ser ajenos a las circunstancias desfavorables de desempleo en las que se encuentra nuestro país, con una gravísima y muy preocupante tasa de paro juvenil.

Ahora más que nunca es necesario fomentar el espíritu emprendedor en España, mejorando la percepción de la sociedad respecto al emprendedor/empresario. Para conseguirlo, es vital establecer un entorno adecuado donde la formación adopta un papel protagonista. Formación y Financiación deben ir de la mano para conseguir ejecutar con éxito ideas innovadoras a través de proyectos empresariales.

Este monográfico sobre emprendimiento y juventud cuenta con la visión de 25 autores, académicos y profesionales, quienes profundizan en el papel que juega la juventud en el emprendimiento en España, no sólo como una oportunidad en tiempos de crisis, sino como una necesidad para nuestro país.

España se encuentra en un momento en el que el emprendimiento es imprescindible. No podemos ser ajenos a las circunstancias desfavorables de desempleo en las que se encuentra nuestro país, con una gravísima y muy preocupante tasa de paro juvenil.

Ahora más que nunca es necesario fomentar el espíritu emprendedor en España, mejorando la percepción de la sociedad respecto al emprendedor/empresario. Para conseguirlo, es vital establecer un entorno adecuado donde la formación adopta un papel protagonista. Formación y Financiación deben ir de la mano para conseguir ejecutar con éxito ideas innovadoras a través de proyectos empresariales.

En ese proceso, la implicación de las autoridades competentes, locales, autonómicas y estatales, es fundamental. Debemos conseguir una nueva actitud para fomentar una nueva cultura del empresarial y del autoempleo, más acorde a las necesidades de la sociedad actual.

Este monográfico sobre emprendimiento y juventud cuenta con la visión de 25 autores, académicos y profesionales, quienes profundizan en el papel que juega la juventud en el emprendimiento en España, no sólo como una oportunidad en tiempos de crisis, sino como una necesidad para nuestro país.

Los autores describen en trece artículos, diversos aspectos relacionados con el tema, comenzando por abordar el emprendimiento desde un punto de vista histórico. A continuación, se analiza el perfil del joven emprendedor, las motivaciones que llevan a la juventud a emprender, un análisis de los nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo, un repaso a las principales ayudas financieras y oportunidades al alcance de la juventud española, el vital papel de la formación y las diferentes iniciativas de fomento del emprendimiento, que permiten aproximarse de forma teórica a las cifras que desvelan la situación actual del emprendimiento juvenil en España, así como comprobar la implicación de los diferentes agentes (Autoridades Estatales, autonómicas, locales, Entidades públicas, privadas, centros de formación, etc) en el fomento de la cultura y la actividad emprendedora.

El monográfico continúa haciendo un recuento de los principales casos de éxito empresarial juvenil para posteriormente pasar a analizar la evolución de la actividad emprendedora en España, profundizando en las características y peculiaridades del emprendimiento juvenil en sectores concretos, tales como tecnología, redes sociales, salud, deporte, belleza, cultura, turismo y moda, así como la importancia cada vez más radical de Internet como motor del emprendimiento en la juventud española.

A continuación se describen las aportaciones realizadas por los autores de este monográfico, que comienza con un artículo de **Blas Calzada** sobre la historia del emprendimiento en España.

1. El autor detalla cómo ha ido evolucionando el emprendimiento en nuestro país desde el siglo XVI a la actualidad y explica las características del emprendimiento en general y cómo han evolucionado sus objetivos a lo largo de la historia, poniendo de manifiesto que en España a lo largo del siglo XVIII se abandonó totalmente el emprendimiento heroico de la exploración y la conquista, vigente durante dos siglos, que pretendía riqueza y honor, para dar paso a un emprendimiento de signo puramente económico con apoyo e iniciativa mayoritariamente pública.

Además, Blas Calzada describe las etapas de los siglos XVIII al XX de iniciativas estatales de diferente naturaleza. Así, pone de manifiesto que durante el siglo XIX, con la primera industrialización española, se crearon grandes empresas por la obtención de concesiones del Estado, lo que implicaba un cierto grado de monopolio. Sin embargo, desde finales del siglo XIX, comenzaron en España empresas para la explotación de avances tecnológicos, con apoyo de capital extranjero. En los años veinte del siglo

XX, el importante emprendimiento en España, se realizó por la concesión del sector público y la iniciativa privada con apoyo intenso de capital extranjero.

Asimismo, el autor sigue relatando cómo a fines de los años cincuenta, el Estado tomó las riendas del emprendimiento industrial con la creación del Instituto Nacional de Industria, que creó empresas en los principales sectores. Sin embargo, la falta de rentabilidad de las empresas del INI llevó al país a dar por finalizado el ensayo de la economía de la Autarquía y el papel del Estado como el gran emprendedor quedó olvidado para siempre.

Durante los años cincuenta y sesenta, un tipo de emprendimiento privado tuvo gran importancia para la economía española con la creación de empresas agrícolas y ganaderas, que se aprovecharon de avances tecnológicos que transformaron radicalmente dichas empresas.

Por último, Blas Calzada se refiere a las diferencias entre iniciativas públicas y privadas y el impulso público para el fomento de la iniciativa privada, para finalizar su artículo comentando la situación actual del emprendimiento basado en la innovación y la investigación científica.

2. Una vez analizada la perspectiva histórica del emprendimiento en España, el equipo formado por la Dra. **Alicia Blanco González**, y los Dres. **Carmelo Mercado Idoeta** y **Alberto Prado Román**, profesores del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Rey Juan Carlos, describen al joven emprendedor tipo en su artículo “Perfil y motivación de la juventud emprendedora española”.

Se trata de un hombre soltero de entre 26 y 35 años que dirige una sociedad limitada de su propiedad en el sector de las nuevas tecnologías, con una antigüedad superior a cinco años, con menos de 10 empleados y una facturación anual inferior a los 500.000 euros.

Al analizar cuáles son las motivaciones de los jóvenes para emprender, los autores manifiestan que en la actualidad, la mayoría emprende por la dificultad de encontrar empleo, teniendo a su vez que enfrentarse a multitud de retos, consecuencia de la pésima situación económica.

En este sentido, destacan el hecho de que el 83% de la población española considera que el principal problema de España es el paro y que para solucionarlo es necesario apoyar a los empresarios y fomentar el empleo juvenil. Así, repasan las cifras de la evolución de emprendedores y ponen de relieve la influencia de la edad en el perfil emprendedor.

Respecto a las principales cualidades que debe tener un emprendedor, los autores afirman que debe contar con las habilidades de: originalidad, innovación, moderada aversión al riesgo, aceptación de sus responsabilidades, conocimiento de los resultados de sus actos, planificación a largo plazo, necesidad de logro, autoconfianza, optimismo, creatividad y autonomía.

3. Por su parte, la Dra. **Angeles Rubio Gil**, del Departamento de Economía de la Empresa de la Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de la URJC, en su artículo “Juventud, Emprendimiento y Desarrollo: Nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo”, destaca que el emprendimiento y autoempleo se han manifestado esenciales desde el punto de vista del desarrollo socioeconómico, como forma de sortear un endémico paro juvenil y la crisis.

Con este fin, la autora revisa diversas teorías explicativas de las CC. Sociales, llegando a la conclusión de que es necesario desarrollar habilidades y actitudes de emprendimiento concretas como la inteligencia de mercado y la valoración del rol empresarial, así como unos centros educativos que incentiven la opción del trabajo por cuenta propia.

Desde ese contexto, la autora habla de los nuevos nichos de mercado, resultado de una nueva combinación de recursos, pero sobre todo, de

coherencia con los cambios en la estructura social que anuncian nuevas necesidades, lo que sin duda dará lugar a nuevos yacimientos de empleo.

4. Respecto a las “Oportunidades y ayudas financieras para emprender” con que cuenta la juventud española a su alcance, el equipo formado por la Dra. **María Luisa Medrano** y los Dres. **Luis T. Díez de Castro** y **Marcos Aza**, profesores del área de finanzas de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, ponen de manifiesto que, si bien es cierto que la obtención de financiación es uno de los temas que más preocupan y frenan el emprendimiento en la juventud española en la actualidad, esto no debe ser un obstáculo para llevar a cabo con éxito una buena idea empresarial.

En este artículo los autores dan pistas de las muchas oportunidades y ayudas financieras a disposición de la juventud emprendedora española, que esperan sean de gran utilidad para aquéllos jóvenes que estén pensando en dar el salto al emprendimiento.

En concreto, describen diversas subvenciones, financiaciones, actividades fomento del I+D, y otros tipos de ayudas estatales y autonómicas a disposición de los ciudadanos, así como dan a conocer determinadas entidades y asociaciones que promueven el emprendimiento. Por otro lado, describen la existencia de financiación privada, a cargo de inversores o Business Angels, y los fondos de capital riesgo, desgranando de forma didáctica la terminología especializada para la juventud emprendedora más novel en la materia.

5. Por otro lado, **Ángel Ruiz**, profesor de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), en su artículo “Aprende a emprender”, pone de manifiesto la importancia de la FORMACIÓN como factor clave a la hora de emprender. Es muy destacable el hecho de que todos los autores de este monográfico inciden en la necesidad de formación para potenciar el emprendimiento en general, y el juvenil en particular.

No obstante, el autor afirma que España es un país de tradición emprendedora, cuyas Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) representan más del 99,88% de las empresas nacionales, dan empleo al 90% de la población trabajadora y representan un 62% de nuestro Producto Interior Bruto.

Sin embargo, España necesita fortalecer y ampliar su base productiva a través de empresas competitivas dotadas de un significativo valor tecnológico, capaces de desenvolverse con eficacia en mercados cada vez más complejos, competitivos y globalizados.

Destaca que en España el espíritu emprendedor surge tradicionalmente por necesidad laboral o tradición familiar, lo que fomenta la idea de que el emprendedor surge de su entorno, en el denominado “ecosistema emprendedor”. Sin embargo, el autor pone de manifiesto que para desarrollar ese entorno es necesario favorecer y profesionalizar el emprendimiento.

Con ese objetivo, han aparecido en los dos últimos años un gran número de ofertas de formación de postgrado en emprendimiento, que pretenden enseñar cómo minimizar los riesgos intrínsecos a todo nuevo desarrollo empresarial y dotar al alumno de conocimientos y herramientas que maximicen la probabilidad de éxito.

Además, el autor de este artículo elabora un exhaustivo listado de Iniciativas educativas que existen en la actualidad en España, que pueden ser de gran ayuda para la juventud a la hora de elegir el organismo encargado de su formación especializada en emprendimiento.

6. Respecto al fomento del emprendimiento en la juventud, el equipo formado por el Catedrático de Economía de la Empresa, **Eduardo Bueno**

Campos, Jefe de Estudios del Instituto Universitario de Investigación en Administración del Conocimiento e Innovación de Empresas de la UAM, **Hermógenes del Real Álvarez** y **Pablo Fernández Horrillo**, investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid, mantienen que en un entorno económico convulso, con un modelo productivo excesivamente dependiente de lo inmobiliario y que se ha demostrado caduco, la sociedad española en general y la juventud en particular se enfrenta, en esta segunda década del siglo XXI, al reto ineludible de afrontar un cambio de su tejido productivo.

Este equipo investigador afirma que dicho cambio social debe estar sustentado en la cultura del esfuerzo y el emprendimiento y se refieren de forma especial al papel protagonista, como agentes sustentadores y aceleradores de esa transformación económica, que tienen en la actualidad los parques científicos y tecnológicos, las incubadoras y los viveros de empresas. Éstos actúan, además, como puntos de encuentro multidisciplinar para la innovación, la transferencia y creación de conocimiento.

7. Por su parte, el equipo formado por **Juan Pablo Calzada** y **Manuel Gandarias** analizan los casos de éxito de 20 emprendedores menores de 30 años a nivel mundial y describen algunos de los casos españoles que han destacado y dado ejemplo de lo que es emprender en nuestro país.

De este modo, después de describir cada uno de los mencionados casos de éxito, los autores concluyen que la formación en emprendimiento es el verdadero motor del emprendimiento juvenil, y muy especialmente del emprendimiento adolescente. Destacan el papel de la formación y la promoción del espíritu emprendedor como una de las apuestas de futuro más interesantes que puede adoptar cualquier sociedad. Asimismo, concluyen que independientemente de cómo sea el entorno en que se desenvuelven los emprendedores, si el emprendimiento se fomenta durante la educación, la sociedad se beneficiará a muy corto plazo de dicha inversión.

A este respecto, los autores afirman que en España existe conocimiento, métodos, medios y recursos suficientes para impregnar de espíritu emprendedor nuestro sistema educativo. Existen muchas agencias de desarrollo económico, tanto a nivel nacional como local, que tienen los recursos, conocimiento y métodos (existen juegos digitales interactivos de cómo montar una empresa, pasos y procesos) cuya aplicación podría ser casi inmediata. Al igual que ocurre con nuestro sistema de I+D. De este modo, concluyen que en España contamos con todos los ingredientes necesarios para fomentar el espíritu emprendedor, sin embargo las piezas están todavía desconectadas.

Calzada y Gandarias mantienen que es necesaria la colaboración de todos los sectores de la economía, en especial de los medios de comunicación, para generar un clima de emprendimiento que ayude a los jóvenes a plantearse el emprendimiento como una opción para su futuro.

8. La Doctora **Luisa Reyes** de la URJC, analiza la evolución de la actividad emprendedora de la juventud en nuestro país, destacando que el emprendimiento ha aumentado entre los jóvenes en el último año. Sin embargo, resulta paradójico el hecho de que haya disminuido la intención de emprender entre este grupo de población.

La autora mantiene que en la actualidad, las dificultades económicas del país con elevadas tasas de paro hacen del emprendimiento una opción profesional. No obstante, destaca que poner en marcha una nueva empresa puede encontrarse con la dificultad de obtener recursos financieros.

En los últimos años la actividad emprendedora estaba basada en el conjunto de sectores que apoyaban el crecimiento de la economía española, sin embargo la crisis ha cambiado las bases del emprendimiento en España. Desde 2009, el emprendimiento se dirige hacia empresas de base

tecnológica, nuevos servicios personales y profesionales, renovación de las estrategias comerciales, mayor desarrollo de la internacionalización y otros rasgos que impulsan la modernización del tejido empresarial español.

En cuanto al análisis sectorial, la autora aprecia un aumento significativo de la actividad en los sectores extractivo, servicios a empresas y el orientado al consumo.

Por otro lado, atendiendo al emprendimiento corporativo, aquel derivado de empleados por cuenta ajena que desarrollan ideas de negocio en las empresas donde trabajan, la autora sitúa la edad media en torno a los 40 años. En esta modalidad de emprender, tan sólo el 10% es llevado a cabo por personas menores de 29 años, por lo que el emprendimiento corporativo se asocia a empleados con cierta experiencia.

Por último, la autora concluye que la actividad emprendedora es fundamental para un país y que ésta debe desarrollarse y consolidarse con la participación de la juventud.

9. Víctor González, Director de la incubadora de negocios del Parque de Innovación de LaSalle, Consultor en creación de empresas y emprendedor, manifiesta que la juventud, el emprendimiento y la tecnología son tres factores que comparten características como el dinamismo, la capacidad de adaptación a realidades cambiantes, la innovación, etc. y destaca que el emprendimiento y la tecnología son elementos clave que van unidos al desarrollo económico.

En su artículo “Juventud y emprendimiento en tecnología”, el autor se acerca a estos tres elementos (juventud, emprendimiento y tecnología), intentando entender su situación tanto en España como a nivel global con el objetivo de ofrecer pistas para animar el emprendimiento en España.

Víctor González incide en el hecho de que en una situación como la actual de crisis económica y altos niveles de desempleo, potenciar el emprendimiento es una obligación para que las nuevas iniciativas empresariales nos permitan crecer.

En este sentido, mantiene que la tecnología ofrece espacios de oportunidad donde las nuevas ideas y proyectos empresariales se desarrollan dentro de un ecosistema donde también se encuentran inversores, universidades, empresas, etc.

Además, retrata al joven emprendedor tecnológico como alguien revolucionario, competitivo, que quiere ser actor global, experto en desarrollar redes locales, dispuesto a asumir riesgos y excelente trabajador en equipo. El autor concluye que la tecnología abre el mundo empresarial a entornos más colaborativos donde el empresario es más un equipo empresarial abierto al exterior.

10. Wilhelm Lappe, Fundador de Emprelab y colaborador del Laboratorio de Innovación en Tecnologías de la Información del Departamento de Matemática Aplicada y Métodos Informáticos (DMAMI) de la Universidad Politécnica de Madrid, ha realizado el artículo “Juventud y emprendimiento en redes sociales”. En él contempla a las Redes sociales como generador de un ecosistema emprendedor amigable para jóvenes.

De hecho, el autor considera las redes sociales y el interés por el emprendimiento como dos hechos conectados y manifiesta que existen buenas oportunidades para emprender trabajando en social media, así como que las redes sociales contribuyen a crear un adecuado entorno para el emprendimiento.

En los últimos años se han producido muchos cambios en las relaciones laborales y la forma de comunicarse a través de las redes sociales, algo que

hasta hace unos pocos años no existía de forma generalizada. Se ha tomado conciencia sobre la necesidad de emprender y crear empresas así como generar contenidos y la presencia del usuario en Internet.

Tal y como comentó la Dra. Ángeles Rubio en su artículo al referirse a nuevos yacimientos de empleo, Lappe coincide en manifestar que actualmente la juventud pueden encontrar o crear un trabajo en el sector del social media. La actividad está creciendo, se requieren nuevos perfiles y este segmento de población conoce cómo usar las redes sociales, lo que supone una ventaja competitiva respecto a otros profesionales.

En este sentido, los indicadores muestran que en el futuro habrá más emprendedores, nuevas oportunidades en el sector del social media y mejores conexiones en las redes sociales. El autoempleo o la creación de una nueva empresa es una opción interesante para atender esa demanda, y ser joven facilita en muchos casos las habilidades tecnológicas.

De este modo, Wilhelm Lappe afirma que el interés en el emprendimiento está creciendo. Sin embargo, mantiene que es necesario crear un entorno adecuado para ayudar a quienes empiezan un negocio, potenciando los contactos profesionales. En este sentido, pone de manifiesto que los eventos son un buen lugar para empezar este trabajo de networking, que se verá reforzado después por las redes sociales, que incrementan y potencian los vínculos y relaciones entre las personas que están emprendiendo.

11. Por su parte, el equipo formado por los profesores del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos, los Doctores **Camilo Prado, Francisco Díez y Miguel Prado Román**, analizan a la juventud emprendedora española de tres sectores concretos: Salud, Belleza y Deporte. Para ello, contactaron con las diversas asociaciones de jóvenes empresarios del territorio nacional para remitirles un cuestionario dirigido a sus asociados que se dedican a los sectores mencionados.

Los autores elaboran su estudio en base a 15 cuestionarios, advirtiendo que la especificidad de los colectivos encuestados (sectores de Salud, Belleza y Deporte), hace arriesgado extrapolar las conclusiones obtenidas a toda la juventud emprendedora española.

En cuanto a los motivos principales para crear una empresa en los diferentes sectores, los encuestados señalan mayoritariamente que lo hacen por “aprovechar una oportunidad de negocio” y por “ser mi propio/a jefe/a”. A este respecto, destacan que “crear su propio puesto de trabajo” es un motivo importante para el sector Deporte, y la “satisfacción personal” para el sector salud. Los autores encuentran muy relevante que el motivo “dinero” no es señalado por ninguno de los emprendedores de tres sectores analizados y que la “tradición familiar” así como la “relación estudios-trabajo” son motivos señalados por los emprendedores de los sectores deporte y belleza respectivamente.

Respecto a los principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio, los autores destacan que la “financiación” no aparece marcada como un obstáculo por las empresas de los sectores Salud, Belleza y Deporte. Este hecho sorprende a los investigadores, especialmente en un entorno como el actual, pero determinan que puede ser debido a que al ser un negocio en fase *start-up* se nutren de fondos familiares, amigos y/o ahorros. Sin embargo, el principal obstáculo que encuentran los encuestados del sector deporte es el “no sé por dónde empezar”, mientras que en el sector salud es el “demasiados trámites”; y el de belleza la “falta de clientes”.

Los autores reiteran la necesidad de un mayor número de emprendedores y empresas en el tejido empresarial español para poder salir de esta crisis y confían en que la futura Ley del Emprendedor sea un punto de apoyo para crear más empresas y poder salir de la situación en que nos encontramos.

12. Por otro lado, los doctores de la Universidad Rey Juan Carlos **Diana Pérez-Bustamante Yábar** y **Jaime Amaro Soterias**, analizan la juventud emprendedora española de los sectores Cultura, Turismo, Arte y Moda.

Los autores ponen de manifiesto que el sector de las *industrias creativas* tiene un gran potencial económico y es muy dinámico en Europa. De ahí su insistencia en profundizar en la creación de empresas de dichos sectores en España. Asimismo, destacan la relevante actuación de las instituciones públicas y privadas para favorecer las iniciativas de la población joven en el ámbito de las actividades culturales y creativas, eliminando las barreras existentes para su inicio y desarrollo.

Además, mantienen que una formación flexible vinculada a las profesiones relacionadas con la cultura y la creatividad, se está convirtiendo en una exigencia para el funcionamiento de las industrias creativas, al tiempo que contribuye a potenciar y modernizar las tradiciones, ayudándolas a diferenciarse en un mundo globalizado muy competitivo.

Esta nueva formación crea nuevas destrezas vinculadas también a la sociedad de la información y a los nuevos mercados, configurados en torno a las redes sociales, cuya principal herramienta es Internet. Así, los autores mencionan como ejemplos que en muchas producciones de arte contemporáneo (videoarte, arte de Internet, instalaciones interactivas, bioarte o arte robótico), queda patente la interrelación entre las nuevas tecnologías, el arte, la innovación y la ciencia.

Parece obvio que las nuevas tecnologías están siendo básicas y ofrecen grandes posibilidades para los emprendedores de los sectores creativos que aquí se analizan, como instrumento para la creación, reproducción y difusión.

13. El broche de oro del presente monográfico lo pone el equipo formado por **Ángel F. Agudo-Peregrina**, **Rosa M^a Mayoral** y **Antonio Fumero**, investigadores de la Universidad Politécnica de Madrid, quienes analizan la especificidad del emprendimiento juvenil en Internet.

Entre las características demográficas de este grupo de emprendedores, los autores destacan su juventud (entre 28 y 34 años de media) y el hecho de que la mayoría sean hombres.

Respecto a los niveles de formación y experiencia previa, se observa que el emprendedor en Internet se caracteriza por contar con un nivel educativo de estudios universitarios y de postgrado. Su paso por la universidad suele servir de punto de encuentro de personas con iniciativas parecidas con las que deciden asociarse por poseer conocimientos similares o complementarios a los suyos. También es destacable que estos emprendedores suelen tener conocimientos de la industria, productos o mercado en el que van a operar, proveniente de su experiencia previa en empresas del sector.

En cuanto a los rasgos de personalidad, el emprendedor en Internet se caracteriza por su capacidad de liderazgo e innovación, trasladando sus ideas pioneras al escenario empresarial. Su naturaleza digital nativa les hace depositarios de una ventaja competitiva para el trabajo en red, y su juventud les dota de un gran dinamismo y entusiasmo, cualidad fundamental para tener confianza en sus ideas y proyectos, así como para asumir riesgos y tomar decisiones. También destaca la ambición profesional y económica de estos emprendedores.

Los emprendedores de Internet ven a su actividad emprendedora como una motivación para fomentar su propio autoempleo que se ve potenciado aún más por las circunstancias desfavorables de desempleo en las que se encuentra el mundo en general y España en particular.

Para finalizar con su análisis, los investigadores de la UPM describen cuatro casos de éxito de empresas españolas de Internet fundadas por jóvenes emprendedores: Tuenti, CityDeal, EyeOS y Busuu, que se unen a los casos descritos por Juan Pablo Calzada y Manuel Gandarias anteriormente.

En definitiva, invito y animo a leer las aportaciones de estos 25 autores, académicos y profesionales, quienes profundizan en el papel que juega la juventud en el emprendimiento en España, no sólo como una oportunidad en tiempos de crisis, sino como una necesidad para nuestro país, confiando que sirva para promover el ansiado espíritu emprendedor entre la sociedad actual.

Dra. María Luisa Medrano García
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)