

Octubre  
2018

## **INVESTIGACIÓN**

**“RECORRIDO POR EL CONCEPTO DE  
EMPREDIMIENTO”**

**Por:**

**Mónica Melo Guerrero**

El término “emprendedor”, proveniente de la palabra en francés “*entrepreneur*”, fue utilizado por primera vez como tal por el economista de origen-anglo francés Richard Cantillon (1697-1734) y autor del libro “*Essai sur la Nature du Commerce en Général*”. Cantillon utilizó la palabra “*entrepreneur*” para definir a una persona que paga cierta suma para revender un producto a un precio incierto al momento de su adquisición, tomando por tanto el riesgo a futuro de su inversión inicial.

En el modelo económico de Cantillon, estas personas asumían un riesgo al asegurar a los productores la venta de sus productos (a ser comprados por el emprendedor para venta futura), sin siquiera estar seguros o haber percibido del consumidor el precio que estarían dispuestos a pagar por tales bienes. Se asumía así el riesgo de fluctuación del mercado.

Más tarde, el economista John Stuart Mill utilizó el término con un significado más amplio en su libro “*Principles of Political Economy*” (1848), haciéndolo más popular o conocido, siendo luego eliminado de los contextos de estudios económicos a finales del siglo XIX, pues sus modelos matemáticos asumían que productores y consumidores contaban con información perfecta.

Resurge el uso del término en mediados del siglo XX de la mano de economistas como Joseph A. Schumpeter (1883-1950), Frank H. Knight (1885-1972), Friedrich A. Hayek (1899-1992) e Israel M. Kirzner (1930- ), pasando de una visión marxista (Schumpeter) a una renacentista (Hayek) y de una perspectiva europea a una australiana.

De este modo, el emprendedor fue concebido o definido no sólo como una persona que asume riesgos, sino también como aquel que crea nuevas industrias y promueve grandes cambios estructurales, sin dejar de lado a aquellos de menor perfil (perspectiva australiana), negociantes individuales de bienes y servicios.

Ahora bien, nuestra percepción es que muchas personas asumen que ser *emprendedor* es equivalente a ser *innovador*. A su vez, circunscriben el ser innovador a aquellos que crean productos tecnológicos. En consecuencia, muchos perciben erróneamente como emprendedores solo a aquellos creadores de nuevas tecnologías, con el resultado de que diversos programas de ayudas al emprendedor quedan enfocados exclusivamente para favorecer la innovación tecnológica.

Si bien estos movimientos de apoyo citados pueden estar motivados por una política de desarrollo puntual de un sector, país o región, consideramos prudente entender y contar a cabalidad con un concepto real y desarrollado de emprendedor, a fin de promover políticas que impulsen la economía en todos los aspectos posibles dentro de una nación, logrando un desarrollo sostenible y a largo plazo.

A continuación nos ocuparemos de revisar las diferentes líneas de pensamiento en torno al concepto de emprendedor, desde que dicho término fue acuñado, hasta la fecha, estudiando las diferentes escuelas económicas y en la medida en que se perciba necesario, determinar el concepto que mejor se adapte a la realidad de la República Dominicana.

Como indicamos en la introducción, el término “emprendedor” fue utilizado por primera vez como tal por el economista de Richard Cantillon. Años después, el economista francés J. B. Say indicó ya en 1800 que un emprendedor “*desplaza los recursos económicos de un área de menor a un área de mayor productividad y mayor rendimiento*”<sup>1</sup>. Say apuntó que el emprendedor era un intermediario entre quien producía el conocimiento y quien lo aplicaba en la industria, agregando así la idea de “innovación” a dicho concepto<sup>2</sup>.

Sin embargo, señalaba Peter Drucker que esa definición, al no indicar quién es en sí mismo el emprendedor, por muchos años creó confusión en las definiciones de “emprendedor” y “emprendimiento”. En ese sentido, en los Estados Unidos de América era entendido que un emprendedor resultaba ser aquella persona que iniciaba su negocio propio, nuevo y pequeño<sup>3</sup>.

Veamos ahora las diversas definiciones que habitualmente encontramos sobre emprendedor y emprendimiento:

*“El emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas. Es capaz de acometer un proyecto que es rechazado por la mayoría”*<sup>4</sup>.

*“Entrepreneurs, in the purest sense, are those who identify*

*a need—any need—and fill it. It’s a primordial urge, independent of product, service, industry or market”*<sup>5</sup>.

Por su parte, la Real Academia Española define “emprender” como “*Del latín in ‘en’ y prendere ‘coger’. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierra dificultad o peligro*”<sup>6</sup>.

Ahora bien, nos percatamos en la investigación de la teoría y el concepto de emprendimiento que con el paso de los años y dependiendo de la circunstancia y del economista que realice el análisis, se ha venido utilizando el término “emprendedor” para personas en situaciones y condiciones diferentes. Esto lo constatamos en el estudio realizado por Sophie Boutillier y Dimitri Uzunidis<sup>7</sup>, quienes distinguen dos grandes períodos en la conceptualización de emprendedor, el primero inicia con la primera revolución industrial, mientras que el segundo inicia con el crecimiento de las industrias y firmas, la división del trabajo dentro de las empresas, la especialización de empresas y la separación entre la propiedad de capital y la administración de capital o capital directivo.

En el primer período la humanidad pasa de un esquema feudal a un esquema industrial capitalista (lo que se conoce como “emprendimiento heroico”), y en el segundo período se logra lo que se ha llamado “socialización de la economía” (lo que se conoce como “emprendimiento socializado”), ambas fases de la historia del capitalismo. En consecuencia, los econo-

<sup>1</sup> Peter F. Drucker, “Innovation & Entrepreneurship”, 1985, edición Epub publicada por HarperCollins Publishers en mayo 2010, Versión 07272012.

<sup>2</sup> Sophie Boutillier y Dimitri Uzunidis, “The Theory of the entrepreneur: from heroic to socialized entrepreneurship”, Journal of Innovation Economics & Management, 2014/2 (No 14) University of Littoral-Lille Nord de France, 2014.

<sup>3</sup> Idem

<sup>4</sup> Instituto Tecnológico de Sonora, México, en [biblioteca.itson.mx](http://biblioteca.itson.mx)

<sup>5</sup> Bred Nelson, The Real Definition Of Entrepreneur---And Why It Matters Forbes Magazine (Digital), June 5, 2012.

<sup>6</sup> Real Academia Española, en [del.rae.es](http://del.rae.es)

<sup>7</sup> Op. cit.

economistas que analizaron el tema del emprendimiento y los emprendedores dentro de uno de estos grandes períodos, tienen distintos enfoques y percepciones.

Los primeros emprendedores conocidos o más bien, analizados, existían en un mundo en el que fueron rompiendo paradigmas, cambiando el sistema feudal, construyendo una lógica productiva nueva (los emprendedores “heroicos”). Por su parte, los economistas del siglo XX analizaron a un emprendedor que detectaba oportunidades existentes en el mercado, desarrollándose entre las estrategias de las grandes firmas y los aspectos de política pública existentes, de modo que contribuyen al mercado existente como soporte a los grandes grupos o creando nuevas entidades productivas (los emprendedores “socializados”).

Al momento de utilizar como referencia una u otra definición, debemos constatar que la situación o período analizado por el economista o la persona que propone la definición, coincida en todo o en parte con la situación que queramos enmarcar en dicha definición. Por tanto, a continuación mencionaremos para cada uno de los períodos destacados arriba y para el período de transición, los economistas que consideramos más relevantes.

Como vimos al inicio, el término fue primeramente acuñado por Richard Cantillon, pero dentro del período calificado como del “emprendedor heroico” vamos a fijarnos en el análisis realizado por Jean-Baptiste Say (1767-1823), el más reconocido economista francés de

época, llegando a ocupar el cargo de Ministro de Finanzas, entre otros cargos de importancia. Abogó por la libertad de empresa y de mercado en su controversial libro “A Treatise on Political Economy”. Además, fue un emprendedor de la industria del algodón, por lo que su análisis se enriquece por la propia experiencia.

Say definió la profesión del emprendedor con los siguientes criterios<sup>8</sup>:

- 1) El emprendedor actúa por cuenta propia, inicia su propio negocio con el deseo de independencia.
- 2) El emprendedor puede tener diversas profesiones y servir como intermediario entre el científico quien propone la idea y quien la ejecuta.
- 3) Es el principal agente de producción, quien le da el empuje necesario o vital.
- 4) La producción es la aplicación de la ciencia o de “nociones”. El emprendedor debe tener la capacidad de juicio, de considerar o detectar la necesidad del consumidor.
- 5) El emprendedor organiza y planifica la producción y asume todos los riesgos contingentes.
- 6) Las ganancias dependerán de factores inciertos que no pueden controlar.
- 7) El emprendedor combina lo habitual de una producción con las necesidades cambiantes del mercado.

Luego de este período se reconoce a tres economistas

<sup>8</sup> Sophie Boutillier y Dimitri Uzunidis, “The Theory of the entrepreneur: from heroic to socialized entrepreneurship”, Journal of Innovation Economics & Management, 2014/2 (No 14) University of Littoral-Lille Nord de France, 2014

de transición: Marx, Schumpeter y Coase. Karl Marx (1818-1883) no analizó en sí mismo a los emprendedores, pero su trabajo sobre el capitalismo refleja el rol de la figura del emprendedor en la dinámica del capitalismo, siendo mencionado como "capitalista" más que como "emprendedor". Ronald Coase (1910-2013) analiza el mercado y las transacciones, estudiando distintas opciones y situaciones con grandes avances teóricos de economía. J. A. Schumpeter (1883-1950) por su parte, analiza al emprendedor y lo define como un agente económico que innova, que genera la "destrucción creativa". Según Schumpeter, el emprendedor es motivado por el reto, por el cambio, por el "juego", asumiendo al mismo tiempo las condiciones de éxito o de fracaso, busca ir en contra del orden económico preestablecido, es innovador por oportunismo, y esa innovación no consiste únicamente en crear nuevos productos, servicios o maquinarias, sino en lograr tomar una posición dominante en el mercado. En consecuencia, el emprendedor de Schumpeter se define por las siguientes características, que algunos autores consideran que carecen de consistencia por resultar poco probable encontrar personas que las posean a largo plazo<sup>9</sup>:

- 1) Su independencia es limitada por los efectos de la competencia.
- 2) Posee una fuerte determinación, no todos pueden ser emprendedores.
- 3) Ser emprendedor no significa que la persona continuará desarrollando ese negocio de por vida, y tampoco se es emprendedor de por vida.

- 4) Ser emprendedor no debe sumarse a asumir los factores de producción de su idea, de hacerlo, deja de ser un emprendedor para ser un hombre de negocios.
- 5) Combina los factores economía y tecnología.
- 6) La búsqueda de ganancias es un fin secundario, lo mueve el cambio, no las ganancias esperadas.
- 7) Es capaz de predecir el curso de la demanda.
- 8) Posee carisma y autoridad.
- 9) No se identifica a sí mismo como líder.

Schumpeter entendía que ser emprendedor no es una carrera o profesión, no es un estado permanente, se deja de ser emprendedor cuando se asume la administración o producción del nuevo negocio o producto, el emprendimiento, utilizando los principios pre-existentes de administración o producción, convirtiéndose por tanto en empresario o productor.

En otro tenor, en el período denominado como del "emprendedor socializado", sus principales economistas fueron Friedrich von Hayek, Ludwig von Mises, Israel Kirzner, Frank Knight y Mark Casson, de los cuales, nos referiremos a Casson, pues hace una descripción más detallada del emprendedor.

Mark Casson (1945- ) introduce elementos no económicos al estudio del emprendedor y su desarrollo, indicando que existen dos elementos de importancia a tomar en cuenta en el análisis del éxito o no de los emprendedores: la familia y el dominio de la información. Entiende que la familia supone una red de relaciones y conocimiento que resultan de gran impor-

<sup>9</sup> Idem

tancia y preponderancia para obtener financiamiento y posición en el mercado, y contar con la información apropiada resulta fundamental, tanto para lograr fondos como para posición en el mercado.

En su definición de emprendedor destaca los siguientes aspectos:

- 1) El emprendedor es una persona.
- 2) El emprendedor es un especialista, alguien especializado.
- 3) Toma decisiones informadas.
- 4) Coordina recursos escasos o limitados, capital y trabajo.

Casson además estudió las barreras de entrada más frecuentes de los emprendedores, destacando las siguientes:

- 1) La fortuna personal del emprendedor es regularmente insuficiente para llevar a cabo su emprendimiento.
- 2) Es difícil coleccionar y obtener información.
- 3) Es de suma importancia y peso la educación y el nivel de entrenamiento del emprendedor de cara a obtener financiamiento y posicionarse en el mercado.

Algo interesante de los estudios de Casson es que ha detectado las causas por las que una persona se convierte en emprendedor:

- 1) Porque no consigue empleo.
- 2) Porque la persona no gusta de estar bajo las

órdenes de otra persona.

- 3) Para tener un trabajo a medio tiempo o como complemento de un empleo para obtener mayores ganancias.
- 4) Para tener una mejor vía de explotar y desarrollar sus ideas.

Entiende que la cuarta de las razones es la única positiva. Las demás simplemente reflejan, a su juicio, a individuos que no poseen consistencia, no saben ser empleados y por tanto no sabrán ser empleadores; personas que desean no tener ataduras de tiempo por lo que no asegurarán constancia y buena calidad a sus consumidores.

Resulta pertinente ahora retomar el análisis del emprendimiento realizado por Peter Drucker, quien opinaba que no todo negocio pequeño es un negocio emprendedor o representa un emprendimiento, ya que si bien muchos negocios pequeños corresponden a riesgos asumidos por sus dueños, pues en muchos casos no son más que negocios que se dedican a hacer lo mismo que han estado haciendo otros por un tiempo. Cabe subrayar que muchos de estos negocios pequeños no han sido creados para provocar una nueva necesidad o suplir una nueva demanda por parte de los consumidores.

Ahora bien, se destacan casos de negocios que en principio suplen bienes o servicios de la misma especie que lo hacen otros, pero que al hacerlo han aplicado técnicas o conceptos de administración u de otro tipo, que lo han vuelto innovador. Tal es el caso de la cadena McDonald's, que aunque inició como un simple

restaurante de hamburguesas, implementó procesos industriales de cadena de ensamblaje para reducir el tiempo de espera y diseñó aparatos específicos para condimentar las hamburguesas logrando un estándar de calidad y reduciendo el tiempo de espera de los clientes. En adición, implementó un nuevo modo de servir las hamburguesas, utilizando envoltura de papel en lugar de platos, y redujo el costo de personal al sustituir los meseros que llevaban la comida a la mesa o a los vehículos (tradición en esa fecha de consumir la comida con bandejas en los vehículos), colocando una ventanilla de atención al cliente donde tomaba por sí mismo su comida en tiempo record y la degustaba en el lugar de su preferencia. De esta manera McDonald's creó un nuevo mercado de comida rápida y un nuevo estilo de consumidor, siendo considerado como un negocio emprendedor.

Señalaba Drucker que si bien es cierto que todos los negocios pequeños regularmente cuentan con características en común, para ser considerados como un negocio emprendedor, los mismos deben contar con características especiales, no simplemente ser negocios nuevos o pequeños. Los emprendedores "crean algo nuevo, algo diferente; cambian o transmutan valores"<sup>10</sup>.

A la inversa, no es un requisito para ser emprendedor el ser nuevo y pequeño, pues el emprendimiento es desde hace muchos años, practicado en grandes empresas para el desarrollo de nuevos productos, nuevas áreas, o nuevas formas de hacer negocios. Drucker cita el caso de la empresa The General Electric Company, mejor conocida como GE, que siendo una

fábrica, con más de 100 años de fundada, posee una amplia historia de desarrollar proyectos emprendedores que terminan siendo productos o áreas de alta relevancia, no solo respecto de creación industrial o manufactura. La GE transformó también el sistema financiero en los años 60, al crear el GE Credit, mediante el cual implementó el uso de papeles comerciales para financiar la industria, modificando el sistema financiero de la época donde los bancos eran los únicos proveedores de préstamos comerciales.

Se destaca también que el emprendimiento puede generarse en todo tipo de entidad, no sólo las que realizan actividades económicas. Drucker indica que la universidad "moderna" que conocemos surge como una iniciativa e invento del alemán Wilhelm von Humboldt, en 1809, cuando fundó la Universidad de Berlín con dos objetivos fundamentales: tomar el liderazgo intelectual y científico que hasta el momento tenía solo Francia y verter las energías surgidas de la Revolución Francesa en contra de la misma Francia, en especial de Napoleón. Es decir, la universidad se convirtió en un agente de cambio de la sociedad, llevando a Alemania a ser el líder en investigación y estudios.

Esa idea fue tomada por los Estados Unidos de América al final de la Guerra Civil, cambiando el modelo de lo que había sido hasta el momento el modelo universitario colonial. Las nuevas universidades estadounidenses fueron surgiendo buscando un nuevo modelo que culmina con el liderazgo mundial en la investigación y estudios para finales de la Primera Guerra Mundial. Para finales de

<sup>10</sup> Idem.

la Segunda Guerra Mundial surgen nuevos emprendimientos en la academia en los Estados Unidos de América, que se vieron reflejados a través de la creación de universidades privadas y universidades metropolitanas que tenían en cuenta un nuevo tipo de estudiante (nuevo mercado), aquellos avanzados ya en su carrera, que trabajaban y deseaban estudiar sin contar con disposición de tiempo completo; es decir, en lugar de tener como objetivo a los estudiantes recién graduados del colegio que le podían dedicar tiempo completo a los estudios; se dirigieron a estudiantes que vivían en las ciudades, no en el campus universitario. Este nuevo concepto venía a cubrir la necesidad de estudiantes de clase media, cuando anteriormente las universidades estadounidenses eran ocupadas por estudiantes de clase alta.

Drucker analizó además los grandes emprendimientos en hospitales y la forma en que ha cambiado la prestación de servicios médicos, constatando que el emprendimiento no se trata del tipo de actividad que se realice o el tamaño de la misma.

Esto es de gran importancia, ya que en muchos países vemos un estereotipo diferente. Se ha asumido que el emprendimiento va únicamente de la mano de personas que inician un negocio, preferiblemente para no ser empleados, para ganar dinero propio, y que dicho negocio preferiblemente consista en una innovación tecnológica.

En ese sentido, Drucker indicaba que ser inventor no implica ser innovador e igualmente asumir riesgos no

implica ser emprendedor.

Respecto del riesgo, señalaba que no toda actividad que conlleve riesgo implica que es un emprendimiento, pues, de manera general, la esencia de toda actividad económica conlleva en principio el compromiso de recursos (presentes) con expectativas de ganancias futuras, es decir, conlleva un riesgo, sea una actividad emprendedora o no.

En adición, entendía que se puede aprender a ser y actuar como emprendedor, el cual consideraba como un comportamiento de la persona. Al encontrarse éste en la capacidad para asumir toma de decisiones, podían aprender a comportarse de manera emprendedora, aplicando el concepto y la teoría correctas.

Siguiendo con la línea conceptual del emprendedor de Drucker y su aplicación actual, podemos citar la definición de emprendimiento incluida en la Ley de Emprendimiento de Colombia, Ley No. 1014 de 2006:

*“Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;”<sup>11</sup>.*

En dicha definición se percibe el emprendimiento como una conducta, tal y como indicaba Drucker, el cual entendía además que el emprendedor siempre

<sup>11</sup> Ley 1014 de 2006 (enero 26) De fomento a la Cultura del Emprendimiento, Congreso de Colombia.



busca cambios y reacciona ante ellos, explotándolos como oportunidades.

Veamos ahora las definiciones de Emprendimiento y Emprendedor acuñadas por el Artículo 4 de la Ley de Emprendimiento de República Dominicana, Ley No. 688-16 de 2016:

*“Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales, generando valor a la economía y a la sociedad”.*

*“Emprendedor: es una persona con capacidad de innovar, entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metodológica, ética, responsable y efectiva”.*

Como puede destacarse, la primera definición se enfoca en la generación de actividades que generen riqueza, ingresos, descartando actividades o entidades sin fines de lucro o de otra índole (como la academia o la salud) que Drucker sí las concibe como emprendimientos.

Solo la definición de emprendedor envuelve el punto de vista del análisis perpetuado por Drucker por más de 30 años, sobre lo esencial para ser emprendedor, que es crear algo nuevo, diferente, crear necesidades en el mercado o satisfacer necesidades no cubiertas o hacerlo de una forma nueva. Cabe destacar que la definición de emprendedor de la ley dominicana incluye actitudes conductuales tales como ética,

responsabilidad y efectividad.

En virtud de esa definición, un emprendedor puede desarrollar una forma creativa de satisfacer necesidades ya cubiertas por el mercado, lo cual, aunque se aleja un poco del concepto de Drucker, presenta una amalgama de posibilidades que se acogen a la necesidad el Estado Dominicano de promover y desarrollar las oportunidades económicas de la población.

En ese sentido, las referencias a emprendimiento realizadas por la Ley 1-12 de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, contienen un concepto más holístico, al indicar que parte de la estrategia nacional consistirá en fomentar y desarrollar la “capacidad emprendedora” y las “iniciativas emprendedoras” dentro de los objetivos estratégicos tendentes a elevar el capital humano y social y las oportunidades económicas de la población. Se refleja la expectativa de lograr entrenar a la población para que los dominicanos puedan y quieran ser emprendedores. Cabe analizar si el entorno jurídico general de la República Dominicana apoya efectivamente el concepto, no solo en la teoría contenida en el texto, sino en su ejecución práctica.

Los términos Emprendedor y Emprendimiento han estado presente en el argot económico y social desde hace siglos y sus conceptos han ido mutando ajustándose propiamente a las necesidades y realidades económicas y sociales de diferentes épocas.

A lo largo de los años y dependiendo del economista que realice el análisis, se ha utilizado el término emprendedor para personas en situaciones disímiles. Sin embargo, se puede entender que existen ciertas características que han prevalecido en la mayoría de los casos:

- Crear algo nuevo o diferente.
- Crear necesidades en el mercado o suplir las existentes de una manera diferente.
- Gestionar el riesgo.
- Gestionar los cambios.
- Crear riqueza.

Si bien a nivel general se ha asumido que el emprendimiento va únicamente de la mano de personas que inician un negocio, preferiblemente para no ser empleados, para ganar dinero propio y que dicho negocio preferiblemente consista en una innovación tecnológica, se destacan casos de emprendimiento en entidades sin fines lucrativos, academia e incluso proveedores de servicios de salud.

Finalmente, nos acogemos al concepto de Drucker respecto a la posibilidad de aprender a ser emprendedor, simplemente porque creemos en el potencial de los seres humanos de aprender y adaptarse, y además porque entendemos que partiendo de esta premisa se pueden estructurar mecanismos de desarrollo del emprendimiento de una

manera más holística e inclusiva, al alcance de todo interesado, promoviendo así el desarrollo económico de una nación.

Más que crear leyes especiales, nos inclinamos por el establecimiento de un ecosistema económico general que promueva la libre empresa, la creación y desarrollo de negocios sin trabas gubernamentales y mayor facilidad para el acceso al crédito.

- Mark Casson, "Entrepreneurship", artículo publicado en The Concise Encyclopedia of Economics; <http://www.econlib.org/library/Enc1/Entrepreneurship.html>
- Mark Casson, "The Entrepreneur. An Economic Theory", 1982, Barnes & Noble Books.
- Peter F. Drucker, "Innovation & Entrepreneurship", 1985, edición Epub publicada por HarperCollins Publishers en mayo 2010, Versión 07272012.
- Sophie Boutillier y Dimitri Uzunidis, "The Theory of the entrepreneur: from heroic to socialized entrepreneurship", Journal of Innovation Economics & Management, 2014/2 (No 14) University of Littoral-Lille Nord de France, 2014.
- Ley 1014 de 2006 (enero 26) De fomento a la Cultura del Emprendimiento, Congreso de Colombia.
- Instituto Tecnológico de Sonora, México, en [biblioteca.itson.mx](http://biblioteca.itson.mx)
- Bred Nelson, The Real Definition Of Entrepreneur--- And Why It Matters Forbes Magazine (Digital), June 5, 2012.
- "Entrepreneurship Theory and Practice", Baylor University, Vol 19, No. 3, Spring 1995.
- Bred Nelson, The Real Definition Of Entrepreneur--- And Why It Matters Forbes Magazine (Digital), June 5, 2012.

Rafael Augusto Sánchez 86,  
Roble Corporate Center, Pisto 9  
Piantini,  
Santo Domingo, Rep. Dom.  
T. (809) 533-8826  
[www.iomg.edu.do](http://www.iomg.edu.do)  
[info@iomg.edu.do](mailto:info@iomg.edu.do)