

# Una nueva forma de generar ingresos

Ángela Viviana Chamorro Erazo  
Andrés David Moreno Escobar  
Christian Camilo Rivas Burgos  
Universidad Mariana



Volumen 5 No. 1  
traves. emprend.  
Ene - Jun 2021  
e-ISSN: 2539-0376

## Introducción

Hoy en día, muchas personas caen en crisis económica, debido a la falta de empleo y de soluciones, que han llegado por muchas circunstancias, entre las que están el coronavirus covid-19, el cual ha dejado, por efectos de la pandemia, en muchas familias un gran vacío económico, ya que perdieron su trabajo, desaparecieron las tiendas pequeñas, las cuales eran la única manera de generar ingresos y un sustento diario para poder vivir. Por lo tanto, no solo se debe buscar la manera de generar ingresos a través de un empleo, sino buscar nuevas soluciones en las que cada persona sea la base de su propia empresa; ser emprendedores y creativos, de manera que las ideas que se generen impacten en la sociedad, logrando así no solo una base de sustento familiar, sino un apoyo económico para muchas familias. Para llegar a este punto, se debe ser constante en lo que uno quiere y anhela, tener una visión hacia un futuro, siendo claro en las metas que se propone, y tener confianza en que todo lo que uno piense y crea es la base para ser un buen emprendedor.

“Para Jeffrey A. Timmons (1989), El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada” (Hidalgo, 2014, p. 47). A su vez, estas acciones deben tener un propósito claro para guiarse, para que la idea que surja sea clara y precisa a la sociedad. En este sentido, se abordará los tipos de emprendimiento que existen en la actualidad y cómo identificar esas ideas para generar una empresa y ser un buen emprendedor

## Tipos de emprendimiento

En la actualidad, existen diferentes tipos de emprendimiento, de los cuales, como se mencionó en la introducción, se dará a conocer dos tipos de emprendimiento, ya que son los más importantes.

## Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad

En cuanto a esta categoría, se podría dividirla en dos: el emprendimiento por oportunidad, en el cual, a través de una idea que surge por pensamiento propio o por otra persona, existe la oportunidad de explotarla y sacar lo mejor y la mayor producción que se pueda; y el emprendimiento por necesidad, que es la idea que se genera a raíz de una necesidad o de un motivo que la persona presente, ya que existe la necesidad de salir adelante (Alzate, 2017).

Estos dos tipos de emprendimiento dependen del tipo de economía en la que se encuentre el país, es decir, el emprendimiento por oportunidad se genera en países desarrollados, en los que la economía busca dar oportunidad a nuevas ideas; estas ideas son generadas por empresas grandes, que se encuentran motivadas por la oportunidad de emprender. El emprendimiento por necesidad se origina en países con economía débil, donde la necesidad de las personas por buscar un sustento diario obliga a pensar y ser creativos, originando sus propias pequeñas empresas, de las cuales son pocas las que pueden emprender verdaderamente.

Sirva como ejemplo Urbano y Aparicio (2016) y Aparicio et al. (2016). Ambas investigaciones describen una relación positiva entre los nuevos negocios por oportunidad y el crecimiento económico, por lo que califican a este tipo de actividad emprendedora como una posible clave para el crecimiento económico. Además, indican que las actividades por necesidad no tienen efecto a largo plazo en el crecimiento económico a pesar de que pueden tener efectos a corto plazo. (Almodóvar, 2018, p. 228)

Ambos tipos de emprendimiento tienen sus diferencias, pero a la vez se enfocan en un mismo propósito: generar ingresos a través de ideas, creatividad e innovación de la sociedad para tener una mejor calidad de vida y, de este modo, generar ingresos y motivación a otras personas.

**Figura 1**

*Ideas de emprendimiento*



## Ideas para tener un emprendimiento

Si bien, se sabe que para desarrollar un emprendimiento, como proponer un negocio, la creación de una nueva empresa o el lanzamiento de un producto, antes se debe plantear unas ideas, que van de acuerdo con las necesidades del consumidor; este proceso es muy importante, ya que desde ahí se debe plantear, analizar y organizar ideas para crear algo nuevo, o innovar en algo cuyo fin sea mejorar su función; a partir de tales necesidades se puede generar un buen recibimiento del producto o idea, por parte del consumidor.

Para ello, primero, se debe destacar el importante rol de la imaginación, la creatividad, la investigación, la observación, entre otros aspectos, ya que lo primordial es identificar cual es la necesidad, evaluar cómo se puede suplir esa necesidad, tener en cuenta los riesgos y la buena oportunidad de negocio, así como presentar la idea ante el consumidor, que sea de su agrado para vender la solución o producto.

Por otro lado, se observa que el comercio se ha facilitado en las últimas décadas, ya que se cuenta con las tecnologías de la información y las comunicaciones –TIC–, que sabiéndolas aprovechar adecuadamente se puede promocionar de manera gratuita cualquier servicio o producto. Esto es posible desde cualquier navegador, páginas y plataformas de comercio y/o con la utilización de redes sociales, las cuales han sido un medio muy efectivo para el emprendimiento y lanzamiento de grandes y pequeños proyectos, donde toda persona tiene acceso a cualquier información de personas, productos, servicios, etc., como también llegar a cualquier rincón del mundo, facilitando el acceso tanto a la información del producto y servicio como a su adquisición, como lo que pasa actualmente con las compras en línea.

Otra forma de llamar la atención del cliente es a través de mensajes publicitarios, promocionando el producto por medio de marketing virtual, anuncios en internet, anuncios en la radio e incluso de voz a voz o mediante volantes; de este último, el problema es el consumo y tala de árboles, por lo cual, las Tic se convierten en una necesidad y una solución. (Almodóvar, 2018)

**Figura 2**

*Proceso de un emprendimiento*



**Emprendimiento innovador**

A nivel macroeconómico, el emprendimiento basado en la innovación se considera un factor que impulsa el desarrollo económico (...). A nivel micro, si la motivación subyacente al emprendimiento es la innovación se esperará un mejor desempeño del negocio (...). En la misma línea, al comparar el emprendimiento basado en la necesidad con el basado en la innovación, (...) este último tiene impacto en cuanto al crecimiento económico. (Almodóvar, 2018, p. 229)

Ahora bien, cuando se habla de la relación entre emprendimiento, innovación y desarrollo económico, se hace referencia a un punto muy importante, debido a que en varios estudios se ha identificado que los países altamente desarrollados realizan una actividad emprendedora innovadora, esto es punto clave para un mayor avance y productividad, ya que mediante la introducción de innovaciones como nuevos productos, nuevas formas de gestión, nuevas materias primas, etc. se generan innovaciones con mejores resultados y se destruyen las anteriores producciones. “El emprendedor desempeña el papel de un agente que, mediante la asunción de riesgos, introduce innovaciones en el mercado con el objeto de explotar una oportunidad” (Almodóvar, 2018, p. 230).

En conclusión, fomentar el espíritu empresarial con la esperanza de estimular la innovación es una de las ventajas de las grandes empresas frente a las nuevas y pequeñas (tanto para las economías en desarrollo como para las recientemente industrializadas). No obstante, los autores matizan que sus reflexiones se refieren exclusivamente a la consecución del progreso tecnológico, por lo que no debe desalentarse la promoción del emprendimiento cuando los objetivos son otros, por lo tanto, tener unas objetivos claros y definidos es importante para unos buenos resultados.



### Figura 3

*Objetivos claros y definidos para emprender*



### Referencias

- Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de relaciones laborales*, 36(2), 225-244. <http://dx.doi.org/10.5209/CRLA.60695>
- Alzate, A. (2017). *Emprendimiento*. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Hidalgo, L. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Revista Alternativas*, 15(1), 46-50.