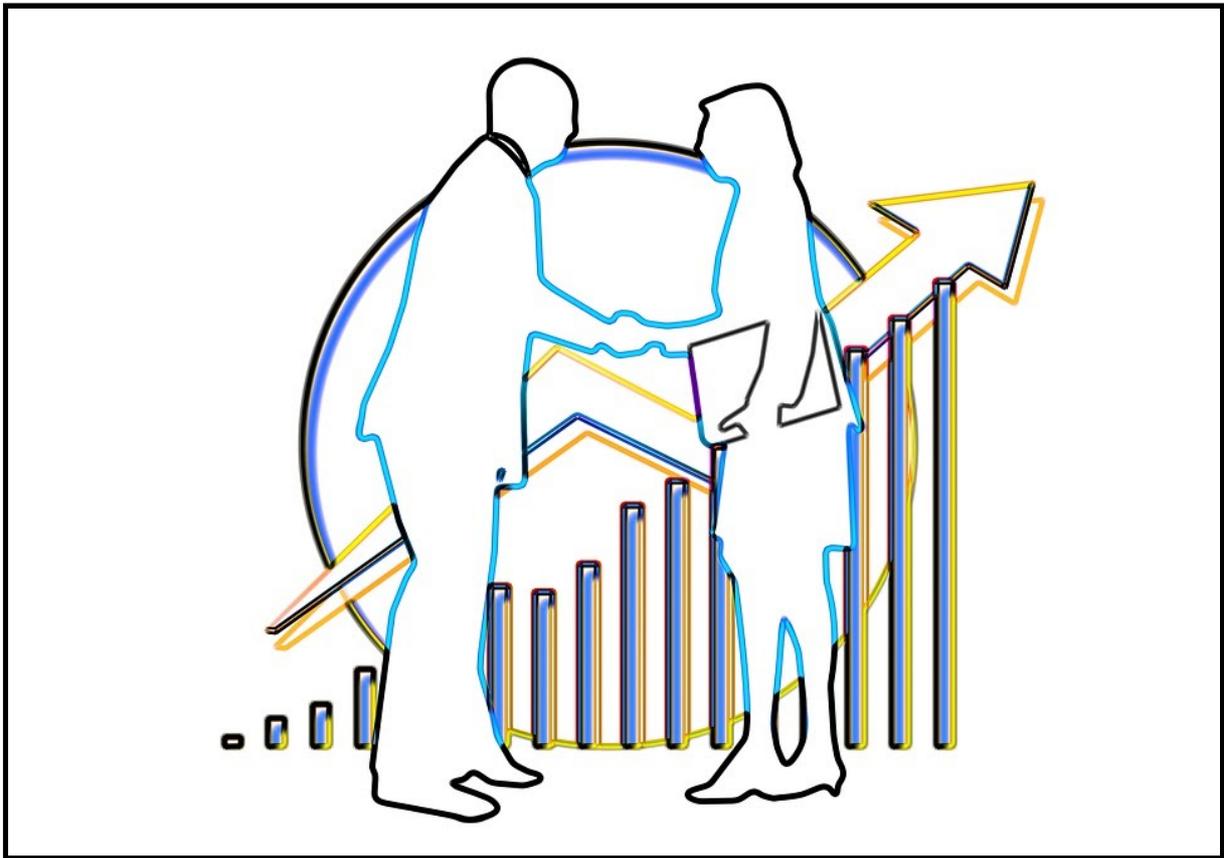


# La era COVID 19: motivos y objetivos para tu primer negocio, AHORA



[Profesor Vladimir Estrada, PhD<sup>1</sup>](#)

---

<sup>1</sup> This work is licensed under the **Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License**. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

## A modo de introducción

Amigo lector:

Soy el [profesor Vladimir Estrada](#), y en el enlace anterior puedes conocer un poco más sobre este tu servidor. Recibe de mi parte el más cordial y afectuoso saludo en tu primera visita a este espacio de blogging. Y yo sé que es tu primera visita, **porque este es mi primer post en este espacio** (muy obvio, ¿verdad?)

Estamos todos viviendo una situación límite causada por la terrible pandemia cuyo agente causal es el [COVID 19](#); también estamos sufriendo por sus terribles consecuencias que están impactando nuestras vidas (**mucha muerte entre ellas, como la principal de ellas**); y también, **admirando el enorme esfuerzo y el ejemplo de entrega que cada día nos regalan quienes se hallan en la primera línea de combate a la pandemia en el área de la salud, de la seguridad, y en otras varias.** Vaya desde aquí mi humilde homenaje a su honroso sacrificio y mis votos para que todos y cada uno puedan regresar sanos a casa, y que lleven sobre ellos y sus familias las bendiciones que tanto merecen. Amén.

**Este es, además de lo anterior -y precisamente por lo anterior- un momento en el cual TODOS tenemos que pensar en el presente, y también, muy importante, en el futuro: el de TODOS (la humanidad que somos) y el de CADA UNO (los humanos que somos), condición sin la cual no existiría un TODOS.**

Y hay dos preguntas clave que todos nos hacemos, porque nadie tiene respuestas: **ninguna persona actualmente viva ha pasado jamás por algo así.** Son las siguientes:

1. **¿Cómo saldremos de esto?**
2. **¿Y qué hacer después de esto?**

Dadas las circunstancias tan complejas y difíciles que todos los países atraviesan en el orden económico, **la situación que antes del COVID 19**

**ya era complicada para muchas naciones se ha tornado extrema, casi insostenible.** La economía global se ha resentido a niveles tremendos, y esa dinámica descendente con tintes catastróficos continuará por mucho tiempo; no entraré en detalles sobre eso -seguramente tú lo estas viviendo y sufriendo, como yo y como todos-, sino que te remito a algunas fuentes confiables donde puedes documentarte al respecto (entre muchas otras disponibles y de calidad, te propongo que revises [esta](#), [esta](#) y [esta](#)).

En una situación como la actual, la salida más obviamente viable para un número muy importante de personas parece ser **transitar desde cualquier condición previa hacia el emprendimiento**, y preferiblemente (dadas las restricciones que nos impone la pandemia, y sus evoluciones ya irreversibles) **emprender total o parcialmente en el entorno digital.**

Muchísimos autores están proponiendo al respecto, y voy a sumarme a la tendencia con intención de aportarte algunas ideas que ojalá te sean útiles si nunca has emprendido; **pero lo haré en una lógica un poco más hacia tu interior, hacia lo que a ti te movería o te mueve a emprender por primera vez.** Aprovecharé para hacerlo un texto que presenté hace algún tiempo en un proyecto colectivo (**texto sobre el cual tengo todos los derechos, por supuesto**), y lo adaptaré para esta oportunidad.

Antes de adentrarnos en tus motivaciones y los objetivos que te guían para lanzar **tu primer emprendimiento de negocios**, o sea, tu **por qué** y tu **para qué**, comencemos con algunas reflexiones acerca de los negocios.

---

## El tema de los negocios



Según [Estrada \(2015\)](#),

“Es este uno de los conceptos más trabajados y desarrollados en la historia de las ciencias económicas, administrativas y empresariales, y hay muchísima literatura especializada al respecto...**Toda actividad que implique un intercambio de valor por dinero (o por otro valor que se considere equivalente, aunque esto es muy variable) entre dos o más personas físicas o jurídicas, puede ser clasificada como un negocio.** Y dependiendo de cuál sea el tipo de actividad, su tiempo de duración, las características de los actores involucrados, el espacio en que se realice, la tecnología utilizada, la legislación aplicable y diversos factores más, habrá también otras clasificaciones sobre los diferentes tipos y niveles de negocios.

Sin embargo, este concepto ha avanzado hacia una clasificación más afín con los de **campo de actividad** y **propuesta de valor**. Es muy común escuchar o leer, en declaraciones empresariales de misión estratégica, frases como “Estamos en el negocio de la felicidad”, o “Nuestro negocio es la esperanza”, o “Existimos para proveer salud”, o similares. Y eso es excelente, pues denota un

mayor nivel de involucramiento de los negocios (en su acepción **empresas**), desde el concepto hasta la praxis, en el proceso de **aportar o agregar valor**, más allá del dinero envuelto en los intercambios y las utilidades producidas. Y por aquí, podríamos avanzar hacia la competitividad, la responsabilidad social corporativa y otros temas asociados”.

Valor, propuesta de valor, aporte de valor...¿De qué estamos hablando?

He definido [el concepto de valor, en el contexto del personal branding](#), así:

El valor es

“...la dimensión contributiva que configura, describe y define favorablemente a una marca personal, o sea, el conjunto de aportaciones y/o soluciones que nacen en *-o derivan de-* ella: modelos de actuación, imagen referencial, contactos, influencias, relaciones, bienes, servicios, ideas, contenidos, sensaciones, emociones, aprendizajes, retos, oportunidades, colaboraciones, desarrollos varios, y/o cualquier combinación de dos o más de estos u otros elementos, los cuales la convierten en valiosa para quienes reciben y valoran su impacto, a partir de las formas y magnitudes en que tales aportes y soluciones contribuyen a mejorar sus vidas.

Dichos beneficiarios posicionan positivamente en sus mentes a esa marca personal a partir del valor que ella les aporta y que constituye, para ellos, el sentido existencial y la esencia misma de la marca en cuestión; el recurso o mecanismo que la hace memorable para sus públicos a partir del beneficio recibido. Si lo que ocurre es la no aportación (ausencia) del valor requerido y potencialmente esperado de ella, todo lo anterior funciona e impacta en sentido negativo y obviamente desfavorable para la marca personal de referencia.

O sea: de modo más sintético y directo, **hay valor en todo cuanto aportamos a nuestros públicos desde lo que somos, hacemos y logramos, que constituye o representa para ellos una oportunidad para mejorar algún aspecto de sus vidas, o un recurso de cualquier índole con el cual hacerlo, o ambas cosas a la vez. Y ello se manifiesta ‘en negativo’, cuando dejamos de efectuar tales contribuciones”** (Estrada, 2019).

¿Qué te sugieren las ideas vistas hasta aquí? ¿Funcionan para tu trabajo actual, o el que tenías antes de todo esto? ¿Funcionan para los negocios de los cuales tú has sido o eres cliente? ¿Funcionarían en y para un negocio que tú desarrolles?

Hay algo muy claro: **tú puedes emprender y desarrollar exitosamente un negocio propio**. Todos podemos. La clave está, por un lado, en que sepamos definir muy claramente nuestro propio concepto de éxito y nuestros estándares para alcanzarlo; y por otro, que sepamos identificar correctamente los factores intrínsecos (los nuestros) y extrínsecos (los del entorno) que tienen relación con el tipo de negocio que queremos desarrollar, y gestionar cada uno de ellos del modo adecuado.

Pero además, debemos tener en cuenta que cada factor influye sobre los demás de uno u otro modo, y afecta su desempeño. Por tanto, **no podemos considerarlos de forma aislada, sino en su interacción e integración productoras de resultados**, lo cual es conocido como **enfoque sistémico**. El resultado de esa interacción se llama **sinergia**, y debemos aspirar a que esta sea **siempre positiva o favorable**; es decir, que la **integración de los diferentes factores relacionados con nuestro negocio produzca resultados mejores a los que obtendríamos si cada uno de ellos actuase e incidiese por separado y sin ningún vínculo con los demás**.

Un ejemplo sencillo. Si solo te concentras en los clientes, pero descuidas a tus colaboradores; o si atiendes bien a tus clientes y colaboradores, pero descuidas la tecnología; o si promueves un gran desarrollo tecnológico, pero la atención al cliente es un desastre...En

**cualquiera de esos casos, vas directo al fracaso.** Nos vamos comprendiendo, ¿verdad?

Sigue diciendo el autor antes citado (un servidor, por cierto):

“¿Todos los negocios son lucrativos? En principio, podría decirse que sí: **todos tienen ese potencial.** Pero materializarlo depende de cómo los desarrollemos. **En un negocio, por definición, hay intercambio de valor por dinero u otro valor equivalente;** por ende, todo negocio está en capacidad de producir dinero a nivel de lucro, u otro tipo de valor expresable finalmente en dinero. Y en todo trabajo por cuenta ajena pagado por el receptor del resultado (tal vez la definición más sencilla de “empleo”), también hay intercambio de valor por dinero, pues el empleado ofrece su trabajo y otros elementos a él vinculados, a cambio de un sueldo o salario y posiblemente otras prestaciones”.

---

## **Tú en el trabajo y en los negocios**

Todo lo visto hasta aquí significa, básicamente, que **tú debes asumir como tu negocio personal cualquier actividad laboral/profesional que desarrolles.** Porque eso tiene un impacto importante sobre la forma en que te ven, te evalúan y te posicionan los demás en sus mentes, o sea, **sobre la marca personal en que te conviertes para esos públicos que te rodean; y todo negocio, independientemente de su tipo, se fundamenta en aportar valor a los demás a través del servicio, no solo en beneficiar a su propietario.**

Es más; si solo lo haces por ganar dinero, sin ningún enfoque de servicio, mejor no lo hagas. **El dinero es una consecuencia, no una esencia.** La esencia que necesitas asumir e incorporar a tu vida es el aporte de valor. **El dinero fluirá más a tus manos mientras más y mejor valor seas capaz de aportar a los demás; mientras más y mejor posicionada esté tu marca personal en la mente de los demás, gracias al valor que les hayas aportado.**

Y mientras mejor trabajes en tu actividad laboral actual (o en tus estudios, si es ese tu estatus presente), y mejor te relaciones con las personas que te rodean, serás mejor valorado, y se abrirán ante ti más y más puertas. **Tus oportunidades en el proceso de lanzamiento, desarrollo y consolidación de tu primer negocio dependen, primero que todo, de Dios, y en segundo lugar, de ti.** Pues como dice el popular escritor [Paulo Coelho](#) (no soy su “fan”, pero esta frase me motiva), **[“Dios se encarga de todo, pero necesita usar tus manos”](#)**.

Veamos ahora brevemente **los dos grandes motores** que van a incidir sobre el lanzamiento de tu primer negocio: **tus motivaciones y tus objetivos**. Tus **por qué** y tus **para qué**. **Hasta que no los tengas muy claros, y estés seguro de que son los correctos y están debidamente conectados, no deberías lanzarte.**

Te lo propondré en forma de preguntas, para que tú mismo puedas identificar entre ellas los **por qué** y los **para qué** de tu negocio por lanzar, y a partir de ahí, puedas definir si ya estás listo, en términos de **tus motivos** y de **tus objetivos**. Y si no lo estás aún, para que puedas trazar tu propia **estrategia** para prepararte y lanzarte al ruedo.

---

**¿Por qué lanzarás tu primer negocio? Veamos algunas posibilidades:**

- Porque en tu familia siempre se ha trabajado en eso y hay tradición.
- Porque te gusta lo que sabes hacer.
- Porque tu situación económica actual es insostenible.
- Porque tu familia te presiona para hacerlo.
- Porque tu pareja trabaja en eso y quieres trabajar con ella.
- Porque has identificado una oportunidad en el mercado.

- Porque quieres competir con otras personas.
- Porque quieres ser millonario.
- Porque quieres lograr lo que otros han logrado.
- ¿...?

Si no encuentras tus motivos en esta lista, **piensa bien cuáles son, y escríbelos del modo más claro y preciso posible.** ¿Vale?

Ok. Ya tienes tu primera lista. Te pregunto algunas cosas.

Esos motivos que has identificado o agregado:

- ¿Son los correctos para ti?
- ¿Se parecen a ti?
- ¿Nacen desde quien eres, desde tu historia, desde tu situación actual y desde tu proyecto de vida?
- ¿Son congruentes con tu misión de vida y tus valores personales?

Compáralos ahora con **los objetivos que persigues.** Veamos cómo los formularás.

---

**¿Para qué lanzarás tu primer negocio? Veamos algunas posibilidades:**

- Para servir a los demás y vivir dignamente de ese servicio prestado.
- Para aportar valor a las vidas de otras personas.
- Para no depender más de tu papá y tu mamá.
- Para posicionarte como un referente en tu sector de negocios.
- Para ganar mucho dinero.

- Para asegurar calidad de vida a tu familia.
- Para servir a tu nación mediante la creación de empleos.
- Para transformar tu sector, que se ha quedado obsoleto.
- Para trabajar en equipo con tus amigos de toda la vida.
- Para ser el más exitoso de tu familia.
- Para convertirte en una marca personal de alto impacto, y dejar un legado positivo y perdurable.
- ¿...?

Si no encuentras tus objetivos en esta lista, piensa bien cuáles son, y escríbelos del modo más claro y preciso posible. ¿Vale?

Ok. Ya tienes tu segunda lista. Te pregunto algunas cosas.

Esos objetivos que has identificado o agregado:

- ¿Son los correctos para ti?
- ¿Se parecen a ti?
- ¿Nacen desde quien eres, desde tu historia, desde tu situación actual y desde tu proyecto de vida?
- ¿Son congruentes con tu misión de vida y tus valores personales?

Compáralos ahora con los motivos que identificaste antes, y repite el proceso una y otra vez, hasta que quedes realmente feliz con el resultado: **adecuadamente motivado para lanzarte, bien enfocado en lo que buscas al hacerlo, y con una conexión adecuada entre lo que te motiva y lo que persigues.**

Hasta que no haya **una coherencia y una congruencia sólidas entre lo que te mueve a lanzar tu primer negocio y lo que pretendes conseguir a través de él**, te recomiendo que no te lances. **No hay nada tan seguro como el fracaso para alguien que no sabe por qué hace lo que hace, ni**

hacia dónde se dirige con ello, ni consigue integrar en concepción y en resultados esperados ambas condiciones.

---

## A modo de conclusión

Muy brevemente, amigo lector:

- ¿Tienes bien claro tu **para qué**, los **objetivos correctos** de tu emprendimiento?
- ¿Te sientes **motivado** para lanzarte a emprender ahora, por los **motivos correctos**?
- ¿Tienes claro **lo que necesitan ahora de ti ahí afuera**?
- ¿Te sientes listo para **ofrecerlo ahora**?
- Y entonces...¿**a qué esperas para lanzarte, si tus objetivos y tus motivos son los correctos y están adecuadamente conectados**?
- Y si aún no estás listo...¿**a qué esperas para prepararte, si tus objetivos y tus motivos son los correctos y están adecuadamente conectados**?

Recibe un cordial brand/abrazo de tu amigo...

[Vladimir](#)

