

# ¡Mi cliente es un emprendedor!

● POR BÁRBARA GRÜNFELD, FUNDADORA Y PRESIDENTA DE BOUTIQUE LEGAL SERVICES

## ¿QUÉ HAGO?

No desesperar ni asustarse si el cliente que espera no tiene el perfil al que está acostumbrado, sin duda alguna, el emprendedor puede ser diferente y diverso al cliente tradicional, al que los consultores y profesionales locales estamos habituados.

## ¿QUIÉN ES?

Según el diccionario de la Real Academia Española el emprendedor es una persona "que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras".

En consecuencia, es quien realiza una actividad innovadora, de forma diferente, por tanto aunque mucho se habla de la "actividad emprendedora", no es importante cómo clasifiquemos o definamos la actividad, lo importante y lo que diferencia al emprendedor de otro empresario es sin duda alguna su mentalidad, su forma de pensar y ver el mundo de los negocios que lo rodea. Cómo visualiza su entorno, cómo ve las cosas, su adversidad al riesgo, la flexibilidad en su estrategia y fundamentalmente lo que espera de quien lo asesora son en mi entender algunos de los elementos que definen al emprendedor.

El emprendedor como innovador no es únicamente quien llega primero a los proyectos o ideas, también es quien sabe saltar para adelante sin tener miedo a dejar detrás sus propios proyectos innovadores y superarse a él mismo, antes de que lo haga la competencia.

Es una persona que gusta de lo sencillo, que está enfocada en sus productos o servicios más que en las ganancias o beneficios; es intuitivo en materia de tendencia y estrategia de mercados, dirige su empresa como creador que es, en lugar de tener una mentalidad vendedora o comercial. Generalmente, crea para él mismo lo que le gusta, no presta mucha atención en los estudios de mercado, ya que siendo innovadores el mercado los seguirá. El emprendedor es perfeccionista, exigente y soñador, sin dejar de ser detallistas, ni olvidar las generalidades de los negocios. Les gusta trabajar con los mejores de cada disciplina, y hay que estar allí para él.

Al decir de Steve Jobs, la tarea del innovador es leer cosas que todavía no están en las páginas. El hambre creador, innovador y

superador no se les agota nunca, es sin duda un pensador diferente, dispuesto a cambiarlo todo.

Como cliente será sin duda un cliente que nunca aceptará un "no" como respuesta a su idea original, diferentemente brillante casi siempre, pero tan poco fácil de adaptar a los tradicionales modelos de negocios a los que sus asesores están acostumbrados.

Este cliente espera que su asesor, técnico, legal, tributario, o cualquiera sea la especialidad en cuestión, tenga la flexibilidad buscada para instrumentar su negocio en la forma en que lo visualiza.

Tener una mentalidad de emprendedor no es solo una forma de realizar negocios, es una tendencia para ejercer cualquier profesión diariamente de forma triunfante. Esto le permitirá a usted controlar estratégicamente el curso de su agenda, siendo más exitoso que otros haciendo lo que ya hace.

## ¿CÓMO LO HAGO?

He aquí una lista de seis puntos fundamentales para poder definir



---

si está usted ante un emprendedor y acomodar su asesoría a dicha estructura de negocio. Esto le permite ser un asesor de negocios, en lugar de solamente un técnico en una instancia del proceso de emprendimiento de su cliente:

**1. Identificar información básica fundamental sobre el posible cliente.** Lo primero y fundamental es entender quién es el cliente, el tamaño de su estructura empresarial, sus números financieros, su organización, el sector en el que opera, y toda otra información que pueda ser relevante para entender la dinámica, ritmos y dimensiones de la actividad que realiza.

**2. Identificar el estatus del proceso fundacional.** Cuando hablamos de “estatus fundacional” nos referimos a la respuesta a la pregunta de si nuestro cliente tiene un “negocio” o una “empresa” constituida. En ambos casos, la segunda pregunta será saber con qué estructura jurídica opera, y evaluar si es la apropiada para el negocio que se está emprendiendo.

**3. Identificar posible actividad de inteligencia de negocio.** Es recomendable estudiar sobre su cliente antes de entrevistarlo,

esto le permitirá estar preparado para él, hacer el relevamiento necesario sobre las opciones y definir objetivos para el encuentro.

**4. Identificar la necesidad de expertos.** Muchos de estos proyectos son complejos o transnacionales, en consecuencia, debemos estar abiertos a la posibilidad de trabajar con colegas de otras disciplinas o de otras regiones. El intercambio de información es fundamental para dar el asesoramiento correcto a un cliente que no admite la pérdida de tiempos, las vacilaciones o grandes cambios en su planificación original.

**5. Identificar el interlocutor indicado.** El proceso de un emprendimiento puede ser grande o pequeño, y muchas veces la “cabeza emprendedora” no es el interlocutor con el que contactamos. Identificar claramente quién toma decisiones, a quién se le reporta nuestra tarea y estudiar detenidamente el equipo gerencial, si lo hubiera, es fundamental para asegurarnos que el resultado de nuestro esfuerzo profesional llegue bien entendido a quien debe utilizar dicha información en la fase de toma de decisiones estratégicas. Es bueno saber, por ejemplo, qué tipo de

decisiones han tomado estos gerentes, o tomadores de decisiones, en el pasado para anticipar hacia dónde podrán estar interesados en ir en el futuro.

**6. Identificar el canal de comunicación adecuado.** Por último, y no menos importante, es relevante definir cuál es el canal de comunicación que nuestro diferencial cliente quiere mantener, muchos de ellos no son de los que gusten tener grandes reuniones en importantes oficinas, por el contrario, preferirán utilizar medios tecnológicos, como las teleconferencias, o llamadas telefónicas con la finalidad de obtener prontamente de su asesor lo que están buscando. El contacto por medio del uso de la tecnología le permite buscar-conseguir a su asesor en cualquier lugar, sin importar donde se encuentre.

Un favor: ¡No le temas!, se puede ser un muy buen profesional para este tipo de clientes, si su mente y su actuar se preparan para el emprendedor; de lo contrario, podrán no entenderse aunque hablen el mismo idioma.

---