

Cómo iniciar una exitosa firma de consultoría cuando ya esté jubilado

(El Mercurio, Wall Street Journal)

Para aquellos que están cerca de la jubilación, la consultoría puede ser tentadora como una segunda carrera, una buena forma de monetizar sus conocimientos, contactos y experiencia. Sin embargo, la transición es más difícil de lo que parece. Los novatos tienen dificultades en cuanto a cómo —y cuánto— cobrar. Sobreestiman lo fácil que será conseguir clientes. Subestiman cuánto tiempo libre tendrán. La prueba máxima del éxito es conseguir clientes que paguen. Sin ellos, usted es simplemente una persona mayor con Opiniones. A continuación, cinco claves para iniciar una práctica de consultoría exitosa durante la jubilación.

1) No suponga que su título corporativo se traduce en una consultoría. Ray Paprocki trabajó décadas como editor y director de revista en Columbus, Ohio, antes de decidirse a comprar el control empresarial hace dos años. Luego tuvo conversaciones exploratorias con posibles clientes, a través de las cuales esperaba enterarse de proyectos de comunicación de los que se pudiera encargar. Pronto se dio cuenta de que las cálidas bienvenidas no se traducen necesariamente en dinero en efectivo. “Las puertas se abrían en parte debido a mi título”, dice Paprocki, de 65 años. “Aunque sabía en teoría que esas relaciones cambiarían cuando dejara mi cargo, aun así era interesante ver cómo sucedía. Sí, las puertas seguían abiertas, pero no siempre venían después clientes potenciales o contratos”. Roger A. Gerard jubiló hace 10 años como director de aprendizaje en un sistema de atención de salud en Wisconsin. Con el fin de prepararse para una carrera de consultoría, Gerard, ahora de 76 años, empezó a hablar en eventos de la industria y obtuvo un doctorado en administración antes de dejar su antiguo trabajo. Y una vez que inició la consultoría, no recurrió a colegas recientes o clientes en busca de contactos. Se dirigió a gerentes medios con los que había trabajado décadas antes y quienes habían ascendido posteriormente hasta el nivel de alto ejecutivo. Ellos querían volver a aprovechar la experiencia suya para la próxima generación de líderes. “Las personas a cuyas carreras ayudé a avanzar son las que se han convertido en clientes”, dice Gerard.

2) Que no sea un pasatiempo. Comprométase. Los consultores exitosos tienen que estar involucrados en las reuniones del cliente, ofrecer asesoramientos y colaboraciones a cualquier hora del día, utilizando todo tipo de plataformas de comunicación. Eso significa estar en el lugar o en línea cuando sus clientes lo necesiten; lo que incluye de 9 a 5. Si su idea de flexibilidad dicta su disponibilidad sin considerar los objetivos y plazos del cliente, probablemente debería reconsiderar si en realidad quiere trabajar, señala Hazel S. Evans, fundadora y directora ejecutiva de Highland Valley Digital Corp., una firma que contrata consultores para emprendimientos y otras compañías como “ejecutivos fraccionarios”, precisa Evans.

- 3) No tome un descanso antes de iniciar su nuevo negocio.** Aumentar la actividad de su práctica de consultoría mientras se desconecta de su trabajo corporativo le dirá rápidamente si las realidades de la consultoría satisfacen sus aspiraciones, observa Dorie Clark, autora de "Entrepreneurial You", que esboza las estrategias para iniciar una práctica de consultoría. "Es emocional y financieramente estresante cerrar por completo su profesión y luego darse cuenta de que está empezando de cero", agrega Clark. Por lo tanto, inicie su práctica de consultoría antes de dejar su actual trabajo. Mientras evita algunos conflictos de intereses con el que pronto va a ser su empleador, ponga a prueba su propuesta de valor aproximándose a clientes potenciales, recomienda.
- 4) Venda de acuerdo a su valor, no a sus horas.** Cuando Robert Vaile era jefe de seguridad de información corporativa contrataba a consultores, a los que a menudo pagaba por hora. Pero ahora que Vaile, de 55 años, es él mismo un consultor de seguridad de tecnología de la información, prefiere cobrar por el proyecto. "Es la diferencia entre vender su valor versus vender su tiempo", indica. Al principio, tuvo dificultades para dejar atrás la mentalidad del trabajo por hora, y se entregaba excesivamente a sus clientes cuando resolvía problemas complicados en forma rápida, por una tarifa mínima. Ahora, está haciendo el trabajo estratégico que le gusta, con honorarios que recompensan su experiencia. Con los nuevos clientes, estructura los contratos según los resultados, sin considerar el tiempo que tomará, o las "horas de oficina" definidas.
- 5) Convierta a su empleador actual o reciente en un cliente.** Nadie conoce a su empleador como usted. En Grassi CPAs, cuando los socios se preparan para jubilarse tardan dos años en traspasar las relaciones con clientes clave a sus sucesores. Pero no cortan sus vínculos cuando se van finalmente para convertirse en consultores. A menudo los vuelven a llamar para que asesoren en negociaciones delicadas o con consejos especializados, y reciben honorarios por cada tarea definida claramente, lo que a menudo incluye bonificaciones por éxito, explica Lou Grassi, director ejecutivo de la firma. Rocco Totino, de 72 años, cultivó durante décadas relaciones con las empresas italianas que importan a EE.UU. y es un experto en regulaciones aduaneras. Ahora como socio emérito de Grassi, puesto que jubiló hace dos años, mantiene una pequeña nómina de sus propios clientes de contabilidad y apoya a sus excolegas cuando la firma necesita sus conocimientos.