

# Arquitectura y Emprendeduría

Una de las preocupaciones clave cuando un arquitecto se pone por su cuenta es... ¿de dónde voy a sacar mis clientes?

O más bien, ¿de dónde voy a sacar dinero?

Hoy día, además del modelo de negocio tradicional de “estudio de toda la vida” o la docencia en un centro oficial o extraoficial, hay muchas otras posibilidades de desarrollo empresarial para arquitectos.

Desde la investigación y publicación en áreas concretas (sostenibilidad, tecnología, comunidad, innovación), que puede atraer clientes, hasta organizar cursos sobre áreas de especialización, mentorización de otros profesionales, creación de apps, generación de bibliotecas de componentes BIM, etc.

También es posible explotar las nuevas tecnologías aprovechando el desfase que aún existe entre la tecnología que se utiliza y enseña en las escuelas de arquitectura y las tecnologías que se están implantando a ritmo acelerado en el mundo real.

---

El objetivo principal siempre ha de ser tener un negocio sostenible, bien estructurado y rentable. Para que tu estudio se convierte en un soporte de la vida que quieres.

---

El mundo real al que te enfrentas cuando logras tu título de arquitecto.

El objetivo principal siempre ha de ser tener un **negocio sostenible, bien estructurado y rentable**, que te permitirá utilizar tu estudio - negocio como fuente de soporte para tu vida.

Este objetivo solo se puede alcanzar teniendo habilidades básicas en la gestión empresarial.

Y aprendiendo a vender. Y a venderse.

Pero no a venderse ante tus compañeros arquitectos, que es lo que se tiende a hacer. Sino que es imprescindible aprender a identificar el valor de lo que haces para tus clientes. La compañía casi exclusiva de otros arquitectos hace que demos por supuesto el valor de lo que aportamos.

Pero tus posibles clientes no tienen esto tan claro. Y es tu labor dejarlo claro.

El networking desempeña un papel clave. Cuantas más conexiones tengas, cuantas más personas conozcas y te conozcan, más clientes podrás alcanzar.

Para aprovechar las oportunidades de este networking hay que deshacerse, aquí también, de una tendencia muy extendida entre los arquitectos: la de relacionarse casi exclusivamente con arquitectos (bueno y, en ocasiones, dejamos entrar en el círculo a aparejadores y algún diseñador, vale).

Es un síndrome que he visto también en otras actividades vocacionales.

Y es algo que, aunque te permite mantenerte en tu zona de confort, reduce muchísimo el alcance de tu negocio y tus posibilidades de que la gente te encuentre.

En el fondo subyace una decisión importante: te vas a seguir interpretando principalmente como arquitecto (y, por lo tanto, lo que te importa es como te ven otros arquitectos), o decides integrarte en la vida “real”, ofrecer algo de valor al resto de las personas (y por lo tanto, lo que te importa es como te verá el resto de la sociedad).

---

Este *mirarse el ombligo* colectivo necesita desaparecer para que puedas desarrollar tu estudio adecuadamente.

---

Para lograr lo segundo, es clave que aprendas a tener un enfoque más de emprendedor. Y esto implica, en la mayoría de los casos, cambiar el foco de tu atención. De fijarte en lo que opinan otros arquitectos (cómo de chula ven mi web, o mis proyectos) a lo que necesitan tus clientes (cómo ayuda lo que hago a mis posibles clientes).

Es una especie de mirarse en el ombligo colectivo, que necesita desaparecer. Y que comiences a mirarte en los ojos de tu cliente.

Por ejemplo, necesitas definir con claridad las respuestas a estas preguntas:

- ¿Por qué te va a contratar a ti?
- ¿Qué haces de valor para tu cliente que te hace el arquitecto idóneo para él o ella?

Y articular tu mensaje y tu actividad desde este punto de vista.

Hay muchas oportunidades inexploradas dentro de la industria que, cuando se aprovechan, pueden dar lugar a una nueva revolución.

Y sobre todo a revolucionar tu estudio.

Y **tu futuro** profesional