****

**EL FACTOR X**

Por: Juan Riestra

Con los avances de la tecnología moderna, es difícil creer que no pueda existir algún dispositivo so sticado que pueda medir con exactitud la volatilidad de un negocio así como podemos medir la presión atmosférica o el peso total de nuestro planeta.

Si esto fuese posible, solo existirían negocios exitosos, la economía marcharía sobre ruedas y todos conduciríamos algún último modelo de Ferrari. Pero no, desafortunadamente por más avanzada que este la tecnología, jamás será posi- ble debido al factor “X”.

El factor “X” es el factor desconocido, la variable en esta ecuación matemática cuyo valor jamás es estándar o determinado en ningún punto del tiempo o del espacio sin importar la empresa. Este factor, es el factor humano.

Comprender la importancia del factor humano es algo vital para todo empresa- rio o para toda persona que busca emprender. En el caso de los empresarios, el capital humano es de suma importancia debido a que la calidad, capacitación y experiencia del mismo dará pie a que estos puedan desempeñar sus respectivas funciones y obligaciones conforme a la ideología, valores y metas de la empresa. Suena fácil cuando uno lee, pero permítanme ser un poco más explícito:

¿Qué sucede cuando vas alguna de las famosas cadenas de cine VIP a ver un esperado estreno y las personas que atienden tienen poca disposición, están dispersos y conocen menos del negocio que el mismo consumidor?

El resultado de esto quejas en el servicio, ordenes mal comandadas y clientes insatisfechos al recibir productos que no llegaron en tiempo y forma. Conse- cuentemente, la mala experiencia del cliente afecta de forma negativa su juicio valorativo acerca de dicho negocio, aun si la película fue de su total agrado y si en efecto se sintió sumamente cómodo.

En la mayoría de estos casos, este cliente no recomendara la marca, pese a que el error se encontró en dos individuos que lo atendieron incorrectamente, es más, el cliente atribuirá de forma inmediata este error a la empresa o marca como tal, olvidando por completo a corto plazo los nombres y rostros de los responsables o involucrados. Esto es el pan de cada día y el dolor de cabeza de la mayoría de los empresarios.

En el caso de los que buscan emprender, es de tremenda importancia el rodearte de individuos de igual o mayor capacidad que la tuya en sus respectivas ramas de “expertise”. Dado a que solo de esta forma podrás proyectar con éxito desde sus diferentes ángulos empresariales, aquel producto o servicio que estas por lanzar al mercado. Esto nos hace re exionar lo siguiente...

¿Qué sucede si tienes un gran producto o servicio y decides no inver- tir en capital humano?

El resultado será que tendrás integrantes de tu empresa que no respiraran tu losofía, no logrando así conectar con tu mercado meta. Presentaran falta de compromiso y desempeño, lo cual impactara de forma negativa tus metas. Y por último carecerán de lealtad, aumentando así el porcentaje de rotación de tu personal y el riesgo de plagio de tu propiedad industrial. Cualquiera de las situaciones previas, son un tiro de gracia para las “start ups”.

En resumen, el factor “x” puede ser el elemento más valioso y determinante para el éxito de una empresa. Por ello es crucial tener claro que tipo de personas buscas para tu empresa y ya que las tengas, darte a la tarea de conocerlas y siem- pre ver por el interés, desarrollo, capacitación y crecimiento de todos. Evitando así ser víctima de la frase “La cadena se rompe siempre por el eslabón más débil” y rompiendo con los presentes paradigmas del mundo empresarial.

Juan Riestra.

Dirección General

AORI 3KAIDAS