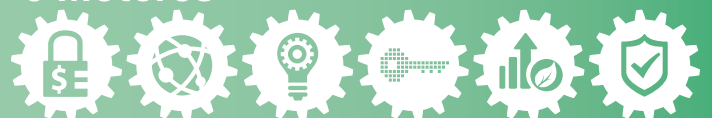


# Hombres Clave: de empresa o changarros?



6 Motores



para hacer Mejores Negocios

En la columna pasada les sugerí que para incrementar la productividad de su negocio, deben de concentrarse en administrar el tiempo y los recursos humanos que involucran en su modelo productivo.

Sin embargo, concluí diciéndoles que adicionalmente deben de medir la rentabilidad del modelo, pues aunque sean altamente productivos, es posible que no existan rendimientos o retornos adecuados de inversión y estén perdiendo dinero.

La palabra rentabilidad se compone del prefijo renta que significa utilidad o ganancia y del sufijo bilidad para denotar cualidad de; es decir, que en la medida en que el “Modelo Productivo” mantenga la capacidad de generar ganancias y la posibilidad de recuperarlas será rentable; y por lo tanto, podremos calificarlo “Modelo de Negocio” y no simplemente de modelo de producción.

Ahora, garantizar rentabilidad resulta sencillo para aquellas empresas en donde los socios “no son de papel” y entienden el rol de ser dueños de una parte del capital social; es decir, conocen verdaderamente el nivel de inversión que hacen a favor de la empresa y el nivel de rendimientos y retorno de inversión que les generará el modelo a lo largo de su vida productiva.

El problema está, insisto, en aquellos casos cuando las partes se unen simplemente en un Modelo de Producción; pues aunque se auto proclamen socios, en realidad son todo, menos empresarios.

Un ejemplo común, son las empresas familiares, pues nombran socios a los hombres claves del proceso productivo.

Lo cual y en principio, no está mal; sin embargo, lo que normalmente sucede es que esos hombres claves se pierden en las distintas etapas de la producción y dejan su liderazgo de lado para simple y llanamente atender los indicadores de productividad.

De nuevo! Y no es que quiera que ignoren la productividad. Más bien, lo que pretendo es que estén al tanto de que los verdaderos empresarios o socios de un negocio - en estricto sentido - son lo

tienen muy claro lo que lo que reciben y recibirán a cambio de lo invierten en la empresa a lo largo de su vida productiva.

De lo contrario. Y disculpen que lo diga así, lo que merecen es precisamente lo que tienen: Changarros!

Lo digo así, no por el tamaño de la “tiendita”; sino porque en dichos casos, “los socios” no hacen diferencia entre el nivel de rendimiento y el de retorno, que les debiera de dar el modelo con el paso del tiempo.

Ejemplo, en una empresa familiar es muy común que los patriarcas le saquen a la empresa buenos rendimientos durante toda sus etapas productivas.

Sin embargo, cuando se les acaba el tiempo para producir, la pregunta es si el modelo incluye alternativas para “jubilarlos” con el máximo nivel de rentabilidad.

El indicador de rentabilidad entonces, ya no es “rendimiento”; sino “retorno de inversión”.

Pero bueno, sobre eso, los pondré al tanto la próxima semana.

---

**Florentino Elizondo; Esq., CPA.**  
President & CEO  
DEC / ICBA  
Member of Allinial Global

