

Reputación y referencias

Inés Temple
Administradora*



Imagínese que deben operar a un familiar suyo. Naturalmente, querrá al mejor cirujano. Preguntará a médicos y amigos por referencias del más reputado, y si son óptimas, le confiará la vida de su familiar a alguien que hasta hace muy poco era un total desconocido.

Sea que busquemos un cirujano, un abogado, un ejecutivo o un asistente, siempre nos guiaremos

por la reputación que le precede. Confiamos más en lo que nos dicen terceros que en lo que dice o promete el propio "vendedor" de servicios profesionales. Este "boca a boca" funciona para casi todo lo que buscamos.

Los profesionales "vendemos" nuestros servicios a quienes nos contratan. Así, es de especial interés que nuestra reputación sea consistente con quienes somos y con nuestras metas. La referencias son claves para la empleabilidad. A mejor reputación, más empleabilidad.

Por ejemplo, en procesos de

“No solo necesitamos hacer bien nuestro trabajo, sino ser reconocidos por ello, con sencillez y sobriedad”

recolocación, quienes buscan contratar revisan exhaustivamente las referencias, tanto las "formales" (las sugeridas) como las "informales", contactando directamente a exjefes, subordina-

dos, pares o ex clientes.

Conocí a un magnífico arquitecto pero que tenía problemas de relación con sus clientes. Al tiempo, su reputación de "difícil" acabó con su éxito. Lo mismo pasó con un excelente ejecutivo financiero, cuya arrogancia le impidió cuidar sus relaciones con sus pares, limitando sus posibilidades de promoción.

Por otro lado, las faltas de ética o de integridad son obviamente las principales destructoras de la reputación y rara vez quedan mucho tiempo escondidas: hoy todo se sabe y muy rápido.

Ciertamente, la reputación de un profesional se fundamenta en la calidad del servicio que brinda, pero también hay un alto

componente subjetivo. Está basado solo en lo bien que se hace el trabajo, sino también en cómo los otros lo conocen, perciben y mejor aún, aprecian y valoran.

Lo interesante es que muchas personas trabajan de espaldas al cuidado de su reputación. Unos creen que solo deben preocuparse de ella con clientes, jefes o superiores y la descuidan con proveedores, pares o subordinados. Otros creen que basta con ser buenos en su trabajo y caen en la complacencia de no mantenerse visibles ni tender redes de confianza con quienes interactúan.

Mi mamá siempre decía: "No solo hay que ser buena sino también parecerlo". Ella probable-

mente se refería a cuidar la buena imagen de personas serias y formales que esperaba que sus hijas merecieran y tuvieran. Pero esa frase se aplica también a la necesidad que tenemos no solo de hacer bien nuestro trabajo y vivir con integridad, sino de preocuparnos por ser reconocidos como tales, pero actuando siempre con sencillez y sobriedad.

El Perú tiene hoy una bien ganada reputación que le permite ser anfitrión de dos importantes foros internacionales y recibir inversiones de todo el globo. Esa reputación debemos cuidarla con empeño todos los peruanos. ■■■

*PRESIDENTA DE DBM PERÚ Y DBM CHILE