



## NO NOS PAGAN POR IR A TRABAJAR

---

Escrito por: Inés Temple, Gerente General DBM Perú y Presidente DBM Chile

La mayoría de profesionales asocia preparar su curriculum vitae (CV), o tenerlo listo con una situación de riesgo. Es decir, cuando enfrenta la posibilidad de perder su trabajo o la necesidad de búsqueda de una nueva posición.

A nosotros, a los profesionales, a los ejecutivos, no nos pagan por ir a trabajar, tampoco por nuestro tiempo. Nos pagan por cumplir objetivos, por el valor que agregamos, por nuestra contribución a lograr las metas y por los logros que acumulamos. Nos pagan por los resultados que generamos.

Uno de los cambios más difíciles de entender en el mercado laboral es que, independientemente de que estemos en planilla, que facturemos por recibos profesionales o por contrato, nuestra relación con la empresa es la del cliente con su proveedor.

La empresa, mi cliente, me paga por mis servicios profesionales. Es mi responsabilidad definir estos servicios en términos del valor que agregan. Es mi responsabilidad que estos servicios sean considerados de primera calidad y a un precio competitivo para que mis clientes los quieran comprar.

Mis servicios siempre están compitiendo con los de otros proveedores como yo, así que es crítico medirlos, compararlos y mejorarlos cada vez. También es importante seguir actualizando mi oferta de servicios con nuevas capacidades, competencias y habilidades. Y es que en la medida que se eleve la calidad de mis servicios mejorará la percepción que mis clientes tienen de ellos y será mayor la "seguridad" que estos me brinden.

Es importante comprender que la seguridad que tanto ansiamos en nuestra vida laboral no proviene de tener un cliente –léase un empleo-, sino de tener la capacidad de mantener a este cliente interesado y adquiriendo nuestros servicios permanentemente. Esa seguridad viene también del conocimiento de que podré conseguir nuevos clientes para mis servicios profesionales cuando sea necesario. A esto se le llama empleabilidad.

Una de las condiciones clave para considerarnos proveedores de servicios profesionales es saber identificar claramente quién es el cliente. Por ejemplo, si proveemos de nuestros servicios a una organización, probablemente mis principales clientes serán mi jefe y el jefe de mi jefe. Tratando a mi jefe como a mi principal cliente pondré su nivel de satisfacción con mis servicios como uno de los objetivos principales en la rendición de los mismos.



Clientes muy importantes también son mis pares y, especialmente, mis subordinados. Las pruebas de 360 grados y de clima laboral que realizan hoy muchas organizaciones dan a la satisfacción de los subordinados y empleados una gran importancia al evaluar la performance de los ejecutivos en general.

Esta relación cliente-proveedor me concede la oportunidad de tener una relación más "adulta" con la empresa. Se trata de una relación de mutuo beneficio en la que están claramente establecidas las expectativas de ambas partes y las condiciones propias de ese vínculo. No me ofrecen seguridad a cambio de lealtad, sino la oportunidad de aportar profesionalmente en una relación de iguales.

Todo esto puede sonar muy frío y comercial, pero así es como funciona hoy el mercado laboral ejecutivo. Y al igual que otros profesionales que proveen servicios, como médicos o abogados, los ejecutivos debemos tener claro que el éxito de nuestra carrera está directamente ligado al nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Nuestro éxito depende también de nuestra imagen en el mercado y de los contactos que tengamos para hacer conocidos nuestros servicios y sus resultados.

## **SOBRE DBM**

---

Con más de 35 años de experiencia y 230 oficinas en 51 países, DBM es el líder mundial en proporcionar soluciones estratégicas de Recursos Humanos, a empresas y personas en procesos de cambio, para ayudarlos a lograr el éxito empresarial y profesional.

DBM Perú brinda servicios en Asesoría a la Empresa, Outplacement (Reubicación Laboral), Executive Coaching y Administración del Cambio. Desde su llegada al Perú en 1993, DBM ha asesorado exitosamente a más de 300 empresas, 1800 ejecutivos y a más de 16,000 empleados y obreros.