

Hazte fama y ...

Inés Temple

Administradora *



Cuando un familiar querido necesita cirugía para recuperarse, ¿cómo buscamos al mejor cirujano? Típicamente, preguntamos a otros médicos y amigos por quién es "el mejor". Luego de investigar su trayectoria y reputación, escuchamos sus planteamientos. Si nos convence, ¡ponemos la vida de nuestro familiar en manos de quien hasta hace poco nos era una persona totalmente desconocida!

Lo mismo hacemos cuando

contratamos profesionales o servicios. Buscamos a los que nos refieren como a los mejores, a quienes vienen anteceditos por su buena reputación.

Sabemos que la imagen y la reputación son generalmente muy subjetivas —y no siempre justas— ya que dependen tanto de hechos reales como de la percepción que otros tienen de nosotros. Pero no está de más recordar que, al final del día, los demás siempre nos medirán con la vara de los valores y de nuestra contribución real. Nuestra ética, profesionalismo e integridad en todos los campos de

nuestra vida, tanto profesional como personal, serán los que hagan la diferencia en términos del valor de nuestro nombre, reputación y marca profesional.

Obviamente, nadie puede pretender parecer un buen profesional sin serlo: no se puede engañar a todos mucho tiempo. Sin embargo, en mercados laborales que se vienen tornando tan competitivos como el nuestro, no solo hay que ser bueno, sino también demostrarlo y hacerlo día a día, de manera consistente. Eso no significa alardear de éxitos o logros, ni mucho menos repartirlos por calles y plazas con arrogancia, pero sí nos comprometemos a aceptar que nuestra reputación e imagen están definidas por nuestro talento, conducta y actitudes, y estas serán

determinantes en nuestro futuro profesional.

Para muchos, la reputación, buena o mala, justa o injusta, ya está ganada, y prefieren no saber lo que se dice de ellos. Actúan como si nada se pudiera cambiar, dándole así la espalda al impacto que la mirada de otros tiene en su vida profesional. Resignarse a caminar por la vida con mala fama, sin hacer nada al respecto, equivale a hacerse 'harakiri' profesional. De igual modo, cuando nos equivocamos es importante preocuparnos por aceptar y enmendar nuestros errores y tratar de aprender de ellos. En esta época de acceso inmediato a la información, la impunidad no existe por mucho tiempo y la buena fama se puede perder muy rápidamente.

Debemos reconocer, sin embargo, que es difícil cambiar una reputación establecida, más aun cuando las personas no creen más del 50% de lo bueno que decimos sobre nosotros, ¡aunque sí el 100% de lo malo que nos atribuimos!

Nuestra imagen personal, es decir, lo que los demás piensan de nosotros, nace de la imagen que tratamos de comunicar, de lo que pensamos y sentimos de nosotros mismos. ¡Cuántas veces he escuchado a personas expresarse dura o negativamente de sí mismas sin razón aparente, creándose gratuitamente malas imágenes que luego son muy difíciles de cambiar!

Entonces, vale la pena preguntarse: ¿Cómo nos perciben? ¿Nos ven como profesionales capaces, serios y dedicados o como perso-

nas informales e incumplidas? ¿Nos reconocen como personas comprometidas que agregan valor real o como aquellos que sobreviven su promesa de valor y actúan con soberbia y arrogancia? ¿Tenemos fama de ser éticos, confiables y positivos, o de ser negativos y conflictivos? ¿Nos reconocen como correctos y transparentes o como sinuosos y poco claros? ¿Nos ven como a alguien con quien se puede hacer negocios o alguien a quien se puede contratar?

Nuestra reputación es una llave que puede abrirnos o cerrarnos puertas. Está en nosotros convertirla en la clave de nuestra empleabilidad. ■

* PRESIDENTA DE DBM PERÚ Y DBM CHILE.