

## La fórmula del RECONOCimiento

No puedo evitarlo, soy de ciencias por vocación y por educación. Tengo la manía de tratar de convertir lo aparentemente aleatorio en modelos predecibles. En la facultad lo hacía con ácidos y bases, péndulos y semillas. Pero desde que entré a formar parte del sistema empresarial me suscitó un enorme interés la posible existencia de mecanismos ocultos que pudiesen, si no predecir lo que va a ocurrir, al menos, reducir la incertidumbre.

Con el tiempo descubrí que en algunos ámbitos de la empresa es posible encontrar patrones que se repiten o que muestran cierta regularidad y por tanto son más o menos predecibles. Finanzas, producción, logística, calidad. Se trata de áreas en las que se manejan herramientas físicas o conceptuales. Pero en otros en los que el factor humano es determinante, es prácticamente imposible tratar de profetizar nada.

Los expertos en Recursos Humanos son verdaderos generadores de teorías y modelos sobre la gestión de personas. Muchos de ellos, quizás por su formación en psicología, tratan de aplicar en la empresa lo aprendido en las facultades o en ensayos clínicos controlados. Pero las empresas no son, ni mucho menos, entornos en condiciones ideales de presión y temperatura.

Para conseguir cierta sensación de control aplican baterías de exámenes psicológicos, pruebas de selección de todo tipo, modelos de dirección por competencias, infinitas teorías sobre métodos de aprendizaje, comportamiento, talento y todos los términos anglosajones habidos y por haber (assessment, empowerment, job description,...)

Pero el ser humano tiene una peculiaridad y es que es difícilmente encasillable y por lo tanto impredecible. Afortunadamente.

Vivimos en un entorno globalizado en el que no se permiten errores o diferencias entre un mismo producto o servicio entregado en Cáceres y en Yakarta. Un problema con un iPod en un pueblecito de Italia tiene repercusión inmediata en Colombia. Por lo tanto, las organizaciones se siguen afanando en desarrollar métodos y sistemas que traten de minimizar el error o lo que parece que es lo mismo, la variable humana.

Todo esto parece indicar que ya que no podemos controlar el comportamiento de los profesionales, la solución pasa por reducir al máximo las posibilidades de influir en los acontecimientos. A todo esto podemos añadir la elevada rotación de personas en muchas compañías, la tan cacareada falta de compromiso y la supuesta pérdida de valores de los más jóvenes. Por lo tanto, nos dan a entender que lo más lógico es evitar al máximo la influencia de los individuos en los acontecimientos empresariales.

Bien, pues a pesar de todo esto, yo sigo en mis trece y continúo tratando de encontrar fórmulas o modelos que expliquen algunas de las cosas que ocurren en la empresa pero potenciando el valor de las personas. Mi intención no es la de controlar sino la de entender y sobre todo favorecer el papel de los profesionales en las organizaciones.

No creo que la solución sea convertir al profesional en un recurso o en una herramienta de producción, sino en devolverle el papel que le corresponde. Creo que hay que recuperar el papel de creador, de visionario, de impulsor, de emprendedor, de aventurero, de innovador, de soñador, incluso el de perdedor, porque eso significa que ha arriesgado, se ha salido del camino. Así es como avanza el mundo.

### La fórmula del Reconocimiento

Dicho esto, creo que el éxito de un profesional está determinado por tres variables que pueden convertirse en una fórmula y que incluso pueden tener un valor numérico. Yo lo denomino la fórmula del RECONOCimiento porque tiene en cuenta tres factores: **RE**levancia, **CO**nfianza y **NO**toriedad.

$$RE \times CO \times NO = \text{Valor Percibido}$$

Cada una de las variables es importante y necesaria. La carencia de cualquiera de ellas impide la valoración correcta y justa de un profesional.

#### Relevancia

## Relevante.

1. **adj. Sobresaliente, destacado.**
2. **adj. Importante, significativo. Diccionario de la RAE**

El primer elemento, **la relevancia** es todo aquello que podemos aportar a nuestro entorno (empresa, comunidad, familia,...). Es lo que hacemos que es útil para los demás. Nuestra contribución. Es aquello por lo que nos pagan o nos remuneran de una forma u otra. Los primeros años de nuestra vida los dedicamos a formarnos para poder ser relevantes o "alguien de provecho" como decían nuestros padres.

Cuanto más nos desarrollamos profesionalmente, más valiosos podemos llegar a ser. Aunque no debemos olvidar que un profesional puede dejar de ser relevante si se produce un cambio en el sector, si sus conocimientos quedan obsoletos o simplemente cuando hay otros que pueden hacer su trabajo mejor o con menos coste. Debemos tener en cuenta que nuestro trabajo es nuestro "servicio" y tiene los mismos problemas que un producto. Cuando el trabajo de un profesional es irrelevante, tiene un grave problema.

No se puede construir una reputación profesional si se carece de la capacidad de satisfacer las necesidades de otros, si no hay nada que aportar. Por eso, cualquier profesional que pretenda ser respetado en su sector debe mantenerse vigilante y en continuo aprendizaje. Un profesional no es nadie si está solo.

Pero la relevancia es una condición necesaria aunque no suficiente. Por si sola no es capaz de generar demasiado valor en un mundo competitivo como el actual. Ya sabemos que hay gente "pa' to" y actualmente cualquier sustituto está a un clic en Google. Por lo tanto debemos tener en cuenta otra variable.

## Confianza

1. **f. Esperanza firme que se tiene de alguien o algo. Diccionario de la RAE**

Gran parte de los problemas que comentaba al principio del artículo vienen de la desconfianza de o hacia los profesionales. Hace tiempo que se rompieron los vínculos emocionales que unían a las personas con las empresas. No se si eso es bueno o malo, pero el hecho es que es así. Si queremos desarrollar un modelo válido deberemos tener en cuenta la realidad y no hacer juicios de valor.

La multiplicación de los manuales de procedimientos, los sistemas de control, los cuadros de mando, etc., son una consecuencia lógica de la falta de confianza. Podríamos pensar que solo es cuestión de tiempo el que la gestión pueda ser automatizada. Pero entonces caeríamos en el mismo error que las agencias de espionaje tras la guerra fría, dejarlo todo en manos (¿?) de satélites, bases de datos y sistemas informáticos de control de información. Eliminar el factor humano casi nos lleva al desastre.

Por lo tanto, un profesional será considerado más valioso en la medida en la que construya una reputación de fiabilidad. Eso se consigue siendo consistente, persistente, coherente y basando su actuación en principios y valores sólidos.

Sin embargo, tampoco esto es suficiente para conseguir ser reconocido y valorado de forma objetiva. Es necesario algo que normalmente es visto con desprecio por nuestra sociedad. La venta del trabajo propio. El profesional más relevante y fiable no es tenido en cuenta como se merece si no consigue hacerse visible, si no llega a alcanzar notoriedad.

## Notoriedad

**notorio, ria.**

1. **adj. Público y sabido por todos.**
2. **adj. Claro, evidente.**
3. **adj. Importante, relevante o famoso. Diccionario de la RAE**

Un profesional que desee ser conocido, reconocido, tenido en cuenta y finalmente elegido, debe ser visible además de relevante y fiable. Podemos seguir pensando que realizar un buen trabajo es suficiente para tener un reconocimiento, pero eso no es más que una creencia que ya no se sustenta. Un profesional que pretenda

conseguir que se valore su esfuerzo debe hacerse notar, ser notorio.

Todos conocemos o al menos hemos oído hablar de los “vendedores de humo”. En realidad ese tipo de individuo suele carecer tanto de Relevancia como de Credibilidad, pero concentra todos sus esfuerzos en esta última variable, la notoriedad. No tiene porqué engañar a todos, solo es necesario que lo consiga con quién le “da de comer”.

Creo que la mayor injusticia se produce cuando profesionales relevantes y fiables no son tenidos en cuenta porque no han conseguido ser visibles.

Si aprendemos a gestionar y a reconocer estos tres factores no solo podremos conseguir un mayor reconocimiento de nuestro valor por parte de clientes, colegas, colaboradores, etc., sino que podremos apreciar mejor el valor de los demás.

### **Conclusión**

Para redondear la fórmula, podríamos dar un valor numérico de 0 a 10 a cada una de las tres variables y tener una idea de cual es nuestro valor. Algunos ejemplos.

- Un profesional muy válido (con un RE elevado) pero poco consistente (CO reducido) puede ser descartado debido a la poca fiabilidad de su trabajo. Una notoriedad reducida podría darle algo de tiempo ya que pocos conocerían la falta de calidad de su trabajo.
- Un trabajador joven con un RE mínimo pero que demuestra ganas de aprender y de trabajar (CO elevado) y que se relaciona con todo el mundo (NO elevado) puede ser considerado como un profesional con alto potencial.
- Un empleado con muchos años de experiencia en la misma empresa (RE elevado), pero que comete errores por falta de motivación (CO cercano a 0) y al que todos re-conocen (NO elevado) puede llegar a ser “etiquetado” como prescindible ya que el valor de la ecuación es cercano a 0 debido a la variable confianza.

### **Para pensar**

¿Qué valor tendría un político si le aplicásemos la fórmula?

¿Y un consultor?

¿Y tu jefe?

¿Y tus colaboradores?

¿Y tu mismo/a?

**Andrés Pérez Ortega**  
Personal Branding Sherpa

[www.marcapersonal.es](http://www.marcapersonal.es)  
[www.brandingpersonal.com](http://www.brandingpersonal.com)

[colaboradores@marcapropia.net](mailto:colaboradores@marcapropia.net)

Tel : 678 544 817