

La única forma de aumentar tu salario



La única forma en la que puedes hacerte acreedor de un salario más alto es produciendo más dinero para tu empleador del que haría cualquier otra persona capaz de hacer tu trabajo.

Haces dinero para tu empleador al producir bienes rentables que comprarán sus clientes (quienes también son sus empleadores).

Este es el motivo por el cual tu empleador no es tu empleador, sino los empleadores de tu empleador.

¿Quién es tu empleador?

Como dice la expresión de las industrias B2B (business-to-business): “Tu cliente no es tu cliente sino el cliente de tu cliente”. Para vender tus productos y tus servicios a tu empleador exitosamente, necesitas lograr que tu cliente sea exitoso al vender sus servicios a su cliente.

Como gerente de “YO, Cía.”, estás en el espacio B2B. Tu cliente es tu empleador. Si no te compra tus servicios, te quedas sin trabajo. Los empleadores de tu empleador son sus clientes. Si ellos no compran sus productos, se queda sin negocio... igual que tú.

El valor del objeto está en los ojos del observador

Tú compras un producto si, y solo si, lo prefieres a cualquier otro uso que le puedas dar a tu dinero. El

vendedor vende su producto si, y solo si, prefiere ese dinero a cualquier otro uso que le pueda dar a su producto.

Por ejemplo, si compras una computadora por \$1,000 es porque crees que obtendrás más beneficios de la computadora que de los \$1,000. De la misma manera, si yo te vendo una computadora por \$1,000, debo creer que lo que obtendré de los \$1,000 será más beneficioso que lo que obtendría de la computadora.

Una de las grandes revoluciones en el campo de la economía fue el descubrimiento de que el “valor” no es un atributo de las cosas en sí mismas, sino una apreciación que hace la persona que lo valora.

Empezando por Aristóteles, los economistas creían que el “valor” era una cualidad objetiva, como el tamaño, el peso, el material o la composición. Esta forma de pensar culminó cuando Karl Marx arguyó que “el trabajo incorporado en el bien” era lo que lo hacía valioso [CC1].

Todos estaban equivocados.

Una computadora podría ser valiosa para ti, porque no tienes una; pero no tendría valor para mí, porque tengo dos. Ninguno de los dos está “mal”, porque la computadora no tiene un valor intrínseco; solo tiene valor para una persona particular, en un momento

particular, en condiciones particulares. No importa cuánto esfuerzo puso quien produjo la computadora no tiene un valor intrínseco; solo tiene valor para una persona particular, en un momento particular, en condiciones particulares. No importa cuánto esfuerzo puso quien produjo la computadora, todavía carece de valor para mí.

La próxima vez que alguien te implore, “¡pero me esforcé mucho!” recuerda que la teoría del valor trabajo es un una tontería. Si el producto no te ayuda a alcanzar tus metas, todo el esfuerzo puesto en él ha sido en vano.

Con la misma lógica, recuerda que tu esfuerzo no significa nada para tu empleador, a menos que le ayude a alcanzar sus metas.

¿Qué te hace valioso?

Le vendes tu trabajo a tu empleador. (Por trabajo no me refiero únicamente a las actividades físicas, sino a todo lo que haces para contribuir a las metas de tu empleador).

Tu empleador compra tu trabajo si, y solo si, lo prefiere a cualquier cosa que podría hacer con su dinero —eso incluye el trabajo de cualquier otro empleado potencial.

El valor que tienes para tu empleador depende solamente de su habilidad de obtener ganancias adicionales por tu trabajo. (Por “ganancias adicionales” no me refiero solo a utilidades monetarias, sino también a cualquier otra cosa que sea importante para él y su organización).

Por supuesto, él combina tu trabajo con otros factores de producción, tales como el trabajo de otros, bienes de capital y recursos naturales, así que no es fácil calcular tu contribución a esa combinación. Pero aun si es solo una aproximación; tu empleador estará dispuesto a pagarte solo el valor monetario que tu contribución significa para él.

Un empleador racional, uno que quiere quedarse en el negocio antes que pagarte de más y que la competencia cobre más barato, nunca te va a pagar

esto; y preferirá pagarte menos. ¿Cuánto menos? Bueno, ¿cuánto te gustaría pagar por una computadora? A mí no me molestaría obtenerla de gratis; ¿a ti? Bueno, a tu empleador tampoco le molestaría obtener tu trabajo de gratis. Entre menos costo, ¡más utilidades!

¿Qué hace que valga la pena pagarte?

La conclusión de todo esto es que ser “valioso” no significa que seas “pagadero”. Como escribí en mi última publicación, tu habilidad de negociar tu compensación no se ve limitada únicamente por el valor de tu trabajo en términos de ganancia para tu empleador. También se ve limitado por su mejor alternativa al acuerdo negociado contigo (su MAAN).

La alternativa de tu empleador es contratar a la próxima persona más valiosa, donde “valor” es la diferencia entre ganancia adicional que podría obtener al contratarlo y su compensación.

Así que para que tu empleador te contrate y te mantenga empleado, tu compensación debe estar alineada con la de cualquier otra persona que sea tan buena para el trabajo como tú.

Esta es la única manera en que puedes exigir un mejor salario: siendo más valioso para tu empleador que cualquiera que pueda hacer tu trabajo. Y, por lo tanto, la única forma de aumentar tu salario es haciendo una mayor contribución a tu empleador de la que haces ahora. Esto significa ayudarlo a servir a sus clientes de una forma más rentable que la actual.

“En la sociedad de mercado [los propietarios] pueden disfrutar de su propiedad únicamente si la emplean para satisfacer los deseos de otras personas. Deben servir a los consumidores, si quieren tener una ventaja... La propiedad es un activo solo para quienes saben cómo emplearla de la mejor forma posible en beneficio de los consumidores”. Ludwig von Mises

Lectores: ¿Qué han hecho en las diferentes etapas de su carrera para mejorar el valor que tienen ante su empleador y por lo tanto aumentar su compensación?