

## Cómo tener más poder en tu trabajo

Sin un cargo y sin ser jefe, puedes ser importante en tu empresa y tener poder a base de enchufes o siendo un trepa. Pero también es posible ejercer una verdadera influencia basada en la credibilidad y en los resultados. Todo tiene su cara y su cruz.

Tino Fernández, Madrid

No hace falta tener despacho, y ni siquiera haber sido nombrado para un cargo. Como empleado puedes llegar a ejercer una influencia real en tu lugar de trabajo. Puedes llegar a través de atajos más o menos lícitos. La recompensa del poder que alcanzas también tiene consecuencias que pueden ser desagradables.

### ● Relaciones e información

En el plano más negativo, Ovidio Peñalver, socio director de Isavia, se refiere al poder que alcanzan algunos individuos en organizaciones en las que ser familiar, amigo, o recomendado (incluso de un gran cliente) te convierte en intocable. José María Gasalla, profesor de Deusto Business School, coincide en señalar a aquellos que buscan relaciones familiares con los jefes, o incluso chantajes o denuncias sobre prácticas delictivas de la compañía. Gasalla añade que utilizar ese capital relacional puede plantear estrategias que se refieren a informaciones negativas que a los directivos o a la propia empresa no le conviene airear.

Peñalver se refiere asimismo a un uso perverso de la información: "Algunos empleados que tienen acceso a datos confidenciales o privados, muy sensibles, pueden alcanzar poder si amenazan con hacer mal uso de esa información".

### ● 'Influencers sociales'

Están los que son verdaderos maestros en el arte de

tocar ciertas teclas que les hacen populares y muy visibles. Son aquellos que comentan los temas de actualidad y saben qué les gusta a sus compañeros y a sus jefes. Consiguen construir una red de comunicación y contactos que les convierte en *influencer*, y hay que distinguirlos de aquellos que no son tan visibles... Porque sólo se dedican a trabajar.

Estos empleados sociables, que en ocasiones se asocian al típico trepa o al pelota, resultan muy valorados y alcanzan cuotas de influencia en organizaciones en las que hacer bien tu trabajo es condición necesaria, pero no suficiente, para promocionar.

En todo caso, estos empleados sociables no son los típicos graciosos. No son meros espectadores, porque participan y se convierten en líderes informales con un alto impacto en los demás. Son conectores; dinamizan los grupos y tienen una alta inteligencia emocional y social.

### ● Cohesionador

El poder es también para aquellos empleados que actúan como catalizadores. Consiguen que todo se

acelere. Al tener información de sitios diversos y más contactos a todos los niveles pueden convertirse en seguidores. Eso los hace relevantes. Son algo parecido a expertos o mensajeros internos de la compañía que recopilan, seleccionan, ordenan y transmiten información útil en todos los niveles.

Jorge Cagigas, socio de Epictetes, se refiere a otro tipo de cohesionadores: "Se trata de aquellos que son capaces de reconciliar opiniones y actúan como bálsamo o intérprete de las opiniones últimas de otros. Unifican y favorecen que se pueda construir".

### ● Expertos

Si no eres jefe ni tienes cargo pero quieres influir, quizá puedas convertirte en experto. Lo primero que debes hacer es saber escuchar. Y dominar las fuentes de información. Haz *benchmarking* de lo que tiene que ver con tu negocio y comparte esos conocimientos. En todo lo que hagas debes dejar una huella perso-

**El que tiene poder acaba teniendo influencia. Y quien consigue ésta, tendrá poder**

**Las compañías deben detectar a los influyentes: son los adecuados cuando se producen cambios**

nal para que te puedan clasificar de alguna manera.

Prueba a convertirte en un referente en las redes sociales, pero sin competir con tu propia empresa.

Ovidio Peñalver cita a un tipo de experto caracterizado por tener capacidades que lo hacen único y que no son fácilmente reemplazables. Su poder viene de su especialización técnica.

Peñalver se refiere asimismo a otro tipo de "intocables": el poder viene por la función que ocupan en la compañía, muy técnica, única. Manejan información sensible o parti-

cipan en reuniones de alto nivel, tienen acceso a los jefes o incluso viajan con ellos.

### ● Verdaderos influyentes

Las compañías deben detectar a los influyentes, que suelen ser los más adecuados cuando se producen cambios en una organización. Estos influyentes son reconocidos como líderes morales.

Puedes crear impacto, convirtiendo tu influencia en algo viral. Si tu voz importa y se escucha, la gente quiere ser parte de tus conversaciones –los demás quieren saber sobre ti y lo que representas–, y tu talento es descubierto por otras personas influyentes en la organización. El poder y la influencia no son independientes. Quien tiene poder acaba teniendo influencia, y el que consigue ésta, termina por tener poder.

Jorge Cagigas explica que "cuando los demás te muestran que eres alguien que en determinado ámbito hay que seguir o reconocer, más que de poder estamos hablando de influencia".

Cagigas destaca una caracte-

terística transversal, como es la credibilidad, y habla de aquellos que tienen mucho conocimiento desde la perspectiva de la sabiduría: "Tienen sentido común y desarrollan sus opiniones y recomendaciones de una forma estructurada. Plantean además su conocimiento desde la humildad personal y respetan la opinión de otros, demostrando inquietud intelectual".

El socio de Epictetes añade que "son coherentes y comprometidos, y no varían de opinión, pero también son flexibles, y pueden cambiar porque tienen capacidad de aprendizaje".

### ● Eficaces

Quizá el poder más sostenible es el de aquel que consigue resultados y es eficiente. José María Gasalla añade el caso de los que mantienen el control emocional y el equilibrio.

Si eres más empleable, tienes más poder. Ovidio Peñalver cree que esto te dará más ofertas de trabajo, y eso te revaloriza y te hace único. También alaba el poder del creativo e innovador, que suele ser bueno negociando y resolviendo conflictos.

### ¿Y si no eres imprescindible?

No pierdas el tiempo obsesionándote con la idea de qué debes hacer para ser imprescindible. Nadie es insustituible. Lo más lógico es que trates de superarlo.

● Reinventate y añade valor a tus tareas. Las empresas buscan hoy optimistas inteligentes, profesionales proactivos, que ofrezcan ideas y que hayan demostrado creatividad y sean muy adaptables.

● Si estás seguro de que recibes señales evidentes que muestran que eres prescindible, lo más inteligente por tu parte es trabajar con eficacia.

● Deja una excelente imagen en la compañía y procura mostrar una flexibilidad extraordinaria y un gran valor añadido. Mantén una actitud positiva. Salir de una compañía no es el fin, y la actitud que transmitas se trasladará a las entrevistas de trabajo a las que accedas.

● Recuerda que una organización que genera muchas personas imprescindibles provoca asimismo muchas frustraciones una vez que alguna de ellas desaparece.

**Los cohesionadores son capaces de reconciliar opiniones, unifican y construyen**

**Los 'influencer sociales' se convierten en líderes informales con un alto impacto**

