



Enrique Dans

El arte de comunicar los cambios en la red

EL PRÓXIMO SÁBADO CincoDías ofrece a los lectores el libro 'Todo va a cambiar' por 3,95 euros

CINCO DÍAS *Madrid*

Cuando algo se mueve en internet, hay un gran número de personas que acuden al blog de Enrique Dans a conocer su opinión. No todo el mundo comparte sus reflexiones de experto sobre la red, pero desde luego genera un gran número de lectores y se ha convertido en una de las voces autorizadas sobre el universo web.

Una de sus últimas iniciativas ha sido publicar el libro *Todo va a cambiar*, que forma parte de la colección *Los mejores libros del management 2.0*, y se distribuye desde este fin de semana junto a CincoDías a un precio de 3,95 euros. "Tenía bastantes años de experiencia de formación con altos directivos y comprobé que hay formas didácticas de explicar los cambios que se han producido debido a internet. Es una obra para todos los públicos. He comprobado que se ha convertido en un libro muy regalado, que quien está convencido se lo regala a alguien que quiere convencer", asegura el autor.

Dans (La Coruña, 1965) es profesor de sistemas de información en IE Business School desde 1990. Tiene una lista amplia de títulos: es doctor en Management por la Universidad de California (UCLA), MBA por el IE Business School, licenciado

en Ciencias Biológicas por la Universidad de Santiago de Compostela y ha cursado estudios posdoctorales en Harvard Business School.

En el libro, explica las tendencias y las oportunidades de negocio que la economía digital ha abierto, sin que las empresas se acaben de preparar para el cambio. "Se están adaptando muy lentamente y de manera bastante compleja, incorporando retales, sin encuadrarlo dentro de una estrategia de introducir las nuevas tecnologías en la relación con los clientes. En España muy pocas empresas que lo están haciendo bien", asegura.

Transformar el negocio significa ser de los pioneros en utilizar estas herramientas, explica, "a un entorno distinto que va a otorgar muchas ventajas a quien se adelante".

En EE UU, cree, "las empresas se

han adaptado antes porque las transformaciones han llegado primero y ya la tienen delante. Ven que las estrategias clásicas de éxito, que siempre han funcionado, ahora han dejado de hacerlo".

Sobre los altos directivos españoles opina que no están adaptados a las nuevas tecnologías, incluso intentan rebatir los cambios "con clichés que ya no funcionan". "Esta sí es una brecha generacional. Hay una generación perdida. Los líderes empresariales siguen pensando en un mercado asimétrico, con información desi-



gual, en vez de ser transparentes y directos con el cliente", asegura.

Él sí se ha adaptado al mundo web. Debido en parte a la intervención de su padre, quien gracias a un billete de lotería premiado le compró en 1986 su primer ordenador. "Me sirvió, primero, para impresionar a los profesores de mi carrera", se jacta en el libro, y con los años para comprender las entrañas de las transformaciones digitales antes que nadie. Por cierto, avisa que 2011 empresarialmente será el año de la generalización del uso del móvil para acceder a la red y de su uso como medio de pago.

