



## ENRIQUE DANS • Profesor de Sistemas de Información en el IE Business School

Las 18,30 horas de la tarde de ayer, Enrique Dans sumaba 140.217 seguidores en Twitter, lo que le convierte en uno de los personajes más seguidos y perseguidos en las redes sociales. Porque este profesor del IE Business School, protagonista ayer de los Encuentros Empresariales organizados por FAE y Caja de Burgos en el Palacio de Saldañuela, es un hábil polemista en el tema que más conoce y domina: las redes sociales y su creciente influencia en la sociedad contemporánea. Ayer abordó la estrategia que deben seguir las empresas para entrar en este ámbito global.

# «Steve Jobs dedicó su vida a hacer más fácil la nuestra»

C. ARCE / BURGOS

Las redes sociales se rindieron ayer un tributo global a la figura del desaparecido fundador de Appel, protagonista indiscutible de los últimos 27 años de avances tecnológicos en las telecomunicaciones e internet. El profesor Enrique Dans, uno de los usuarios que mayor fruto está sacando al universo abierto por la imaginación de Steve Jobs, valoraba ayer en el Palacio de Saldañuela su figura.

«Esta claro que no es el momento de hacer críticas y es curioso que nos las hay, el grado de asertividad y positivismo en torno a su figura. Hay muchísima gente que adoraba a este hombre. Habría que preguntar el porqué. Al final, este emprendedor tiene detrás una historia preciosa: creó una empresa, que cuando la convirtió en algo relevante le echaron de patitas en la calle y la empresa se hundió y tiene que volver el creador para reflotarla y convertirla en una de las que más valen en el mundo de la tecnología...»

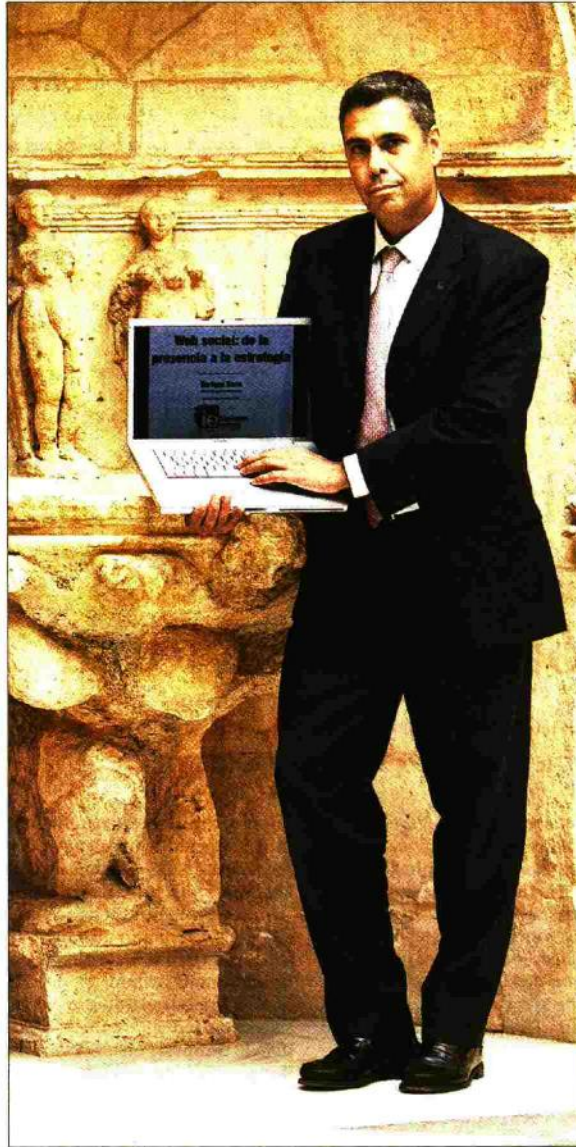
**El sueño americano hecho realidad...**

Efectivamente. Una historia preciosa. El sueño americano elevado a la enésima potencia. Pero Steve Jobs no es un gran inventor, ni es un tío original que ha creado conceptos nuevos: es un reinventor, alguien que ha tomado conceptos que ya existían

(un ordenador, un teléfono móvil, un MP3, una tableta...) y los ha redefinido de tal manera que nos da un enorme placer utilizarlos porque torna enormemente amigable su uso. Además, ninguno de sus modelos necesita instrucciones porque cualquiera los sabe usar. La sensación que tenemos es que este hombre se ha pasado su vida refinando conceptos tiendo a todos nosotros en su mente, creando para que el usuario se encuentre comodísimo. Steve Jobs -un hombre muy perfeccionista con el que era muy difícil trabajar y para quien no había ni horas ni días- hizo cosas 'para mí', dispositivos que funcionan y me quitan problemas, y adoramos a alguien que hace esto por nosotros.

**De hecho, esa comodidad que él creó ha permitido a la postre universalizar las redes sociales a través de sus aparatos.**

La discusión sobre si hay que estar o no estar en las redes sociales a estas alturas es absurda. Las redes sociales son un fenómeno absolutamente tangible a estas alturas (con 15 millones de usuarios de Facebook en España y casi 1.000 millones en el mundo) y la discusión ahora es qué hacemos ahí y, en el caso de una empresa, de las muchas cosas que puede hacer, cuáles son las que encajan en la estrategia de mi compañía. Además, nuestra presencia en las redes no debe



Enrique Dans. / JESÚS JAVIER MATÍAS

responder a la estrategia de 'probar el agua porque está de moda', sino a una que busque medir y monitorizar esa presencia para mejorar.

**¿Por dónde empezar en las**

**redes sociales para hacer negocio?**

Depende de la estrategia que te plantees. Una bodega puede utilizar una red social para animar a una conversación sobre el

«Es importante medir y monitorizar la presencia de la empresa en las redes sociales para mejorar»

consumo de vino a la que se pueden unir otras bodegas, para culturizar sobre este campo. Al final toda esta estrategia está encaminada al usuario final, al que compra una botella. Hay muchos otros ejemplos... Creo que lo importante es ver a qué partes de tu estrategia empresarial les puedes poner esteroides con las redes sociales para impulsarlas.

**¿Estamos hablando de un ámbito en fase de nacimiento?**

No. Es mejor verlo en una fase de madurez. Cuando tienes 15 millones de españoles en Facebook y el 54% de la población con acceso a la red, estamos en un nivel casi de saturación. Esto ya no es un inicio, máxime cuando ya hay segmentos de usuarios que pasan en internet buena parte de sus días.

**A pesar de todo, persiste la dura de si es un ámbito rentable para la empresa.**

Facebook es rentable desde hace más de dos años. La cuestión es que se basa en unas expectativas que la valoran más por lo que se puede hacer con ellas (venta directa, comercio electrónico...) que con lo que están haciendo realmente ahora.

**¿Qué prácticas están siendo modélicas en el ámbito de la empresa española?**

Hay firmas que están trabajando la comunicación e imagen de sus directivos para convertirlos en un influenciador en las redes. A veces es algo buscado y muchas otras surge de manera espontánea... Son canales de comunicación que ahí están y a veces es solo activarlos y potenciarlos.