



OPINIÓN

Enrique Dans

## No tengo tiempo

El título de esta columna es la contestación que escucho cada vez que hablo con un directivo acerca de la web social. Cada día podemos considerar más normal que los directivos vayan empezando a entender que tener presencia en la web social es algo susceptible de aportar valor a una empresa. Estar en el entorno donde muchos de tus clientes pasan tiempo suena razonablemente lógico, aunque ello conlleve cambios en el estilo comunicativo que no todos entienden. Es a la hora de apuntar la importancia del papel de la alta dirección en el proceso de adopción cuando habitualmente se desmarcan –o, como se decía en la mili, se escaquean– con un “sí, pero no tengo tiempo”.

¿Qué significa “no tengo tiempo”? El día, seas o no directivo, tiene veinticuatro horas. El “no tengo tiempo” de un directivo es una manera de decir “no le otorgo la prioridad suficiente como para tener la voluntad de dedicarle ese tiempo”. Es un “muy interesante lo que me cuentas, pero no me lo creo y, por tanto, seguiré dedicando mi recurso escaso, el tiempo, a otras tareas que considero más importantes”.

¿Y si lo que un directivo puede aportar a su compañía en las redes sociales se tradujese directamente en dinero? ¿Cuánto vale un canal de comunicación? ¿Una herramienta de gestión de crisis? ¿Un escaparate para las novedades de la compañía? ¿Cuánto vale la influencia? Cada vez más directivos caen en la evidencia, a veces de manera forzada: no solo la web social tiene un potencial aporte de valor económico que justifica dedicarle su tiempo, sino que incluso aparecen empresas que seleccionan a sus directivos en función de su influencia en las mismas. ¿No tengo tiempo? Lo que no tienes son claras tus prioridades.

Profesor de IE Business School