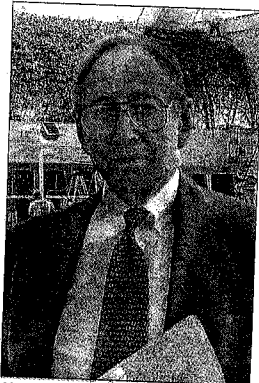


EL SIMO CONVOCA UN FORO SOBRE TECNOLOGÍAS

PATRICIA FDEZ. DE LIS

La tecnología forma parte de la actividad diaria de cualquier empresa. El problema es que la mayor parte de los empresarios no son aún conscientes de ello.

El Fórum Mundial de Tecnologías de la Información se organiza por primera vez en SIMO para tratar de paliar este problema. A pesar de que la feria ha tenido siempre un perfil más relacionado con el consumo, el enfoque de este foro es completamente empresarial. Durante dos días (16 y 17 de noviembre), siete expertos nacionales e internacionales tratarán de ofrecer su visión sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la gestión de los negocios. El objetivo final es convencer a los ejecutivos españoles de que la tecnología es "parte intrínseca de su negocio y, por tanto, debe estar integrada en la gestión de la empresa", explica Alberto Saiz, director general de HSM, la empresa organizadora de este evento.



Alvin Toffler.

Cultura corporativa

El perfil de los invitados es variado. El más conocido de ellos es, posiblemente, Alvin Toffler. Estudioso de los cambios en la tecnología, la sociedad y el arte, el autor de *La Tercera Ola* anticipó el auge de los ordenadores durante la década de 1960 y de la llamada economía del conocimiento. En el foro participan también profesores universitarios como Yves Doz, experto en el impacto de las redes en la innovación, Soumitra Dutta, que explicará la evolución de conceptos como el CRM (gestión de la relación con los clientes) o el *offshoring* (externalización de productos y servicios fuera del país), o Thomas Allen, que hablará de cuál es la mejor manera de organizar los equipos que trabajan con tecnología dentro de la empresa. La opinión científica la pone John Seely Brown, científico jefe de Xerox y director de su afamado centro de investigación PARC. La visión española, por último, corre a cargo de Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa y *blogger*, y Santiago Cortés, presidente de HP España.

HSM espera que al Fórum acudan entre 300 y 500 invitados. "Los directores comerciales o de *marketing* de las empresas están en el comité de dirección, y se preocupan mucho de recibir formación. En España, con la tecnología, esto aún no pasa", explica Saiz.