

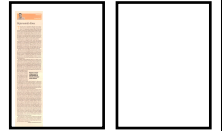


Tirada: **80.733**
Difusión: **51.174**
(O.J.D)
Audiencia: **179.109**
(E.G.M)
Ref: **2647478**

Expansión

Economico **Diaria**
Economía
2ª Edición **17/07/2009**

Superficie: **313,00 cm²**
Ocupación: **27.67%**
Valor: **3.435,39**
Página: **14**



1 / 1



OPINIÓN

Enrique Dans

Repensando Simo

Tras pasar por un "periodo de reflexión" acerca del papel de eventos en el entorno tecnológico actual, el próximo 22 de septiembre comienza Simo, la feria más importante de España en el ámbito de las tecnologías de información. Tras la suspensión del año pasado, se hizo un esfuerzo por replantear la propuesta de valor que una feria de este tipo debía ofrecer: el papel tradicional del encuentro, el de proporcionar un escenario para que las empresas mostrasen sus novedades, se desvalorizaba como consecuencia de un mundo hiperconectado y veloz, en el que ningún competidor se arriesgaba a esperar a la feria para mostrar un producto.

En el entorno tecnológico actual, cuando una empresa tiene algo que mostrar, lo anuncia o lo muestra directamente confiando en la capacidad de amplificación de la red, pero no se sienta a esperar una feria que, en muchos casos, le supone además una dilución de visibilidad. El descenso en la popularidad de grandes ferias internacionales como el CeBIT de Hannover o el CES de Las Vegas dejaba claro que lo sucedido con Simo no era algo excepcional o coyuntural.

Por ello, en esta nueva edición, se comenzó por reenfoque la feria: el incremento de popularidad de la tecnología y de la electrónica de consumo había derivado en un Simo multitudinario, en el que predominaban clientes finales que coleccionaban folletos y muestras para decidir qué ordenador, qué televisión o qué terminal telefónico comprar. Gran dinamismo, pero un carácter desenfocado y un escaso interés para el profesional.

El rediseño debía transformar Simo en un punto de encuentro para la industria. Para ello, se buscó un programa de conferencias con los temas que podían atraer la atención del sector y con un formato participativo, alejado de la tradicional conferencia unidireccional. En ese punto, la organización de Simo decidió contar con IE Business School, porque metodológicamente, en las escuelas de negocios, casi nada es unidireccional. Por ello y conjuntamente con las empresas patrocinadoras, se ha dado forma a un programa con tres ejes: el entorno tecnológico de la empresa y las visiones de futuro que existen alrededor del mismo, la movilidad como variable del entorno, y la convergencia tecnológica. Temas como la evolución del software corporativo desde la caja de cartón

Reunir al sector y dejar pasar la oportunidad de hacerle participar sería absurdo

y el celofán hacia la llamada *nube*, la gestión de *datacenters* (virtualización, *green IT* y tendencias afines), consecuencias y oportunidades para las pymes, los cambios en la estructura de la demanda, en la comunicación y relación con los clientes... el rango de temas que leemos en las noticias tecnológicas todos los días, tratados por expertos internacionales, nacionales o por empresas relevantes en cada contexto.

Pero lo importante es que la cosa no se quede ahí. En las escuelas de negocio, la calidad media del asistente hace que renunciar al canal de retorno se convierta en un sinsentido. En Simo, creemos que estamos en el mismo caso: reunir en un evento a una gran parte del sector, con su bagaje de conocimientos y experiencia, y dejar pasar la oportunidad de hacerles participar sería absurdo. Por eso, se ha buscado la interactividad rabiosa: mesas redondas que serán verdaderas mesas redondas, no sucesiones de monólogos y presentaciones. Moderadores incisivos, preguntas desde la apertura hasta el cierre, confrontación de puntos de vista, y por supuesto, preguntas del auditorio, bien alzando la mano o a través del llamado *backchannel*, una pantalla paralela a la que los asistentes podrán enviar mensajes, preguntas y comentarios desde Twitter. Se busca un evento abierto, hiperconectado y retransmitido en tiempo real para incrementar la participación: conferencias, pero sin agotar el tiempo destinado a preguntas. Preguntas, pero no personas que agotan la batería del micrófono prolongando su *minuto de gloria*. Interactividad. Volver a casa tras haber pasado unas horas intercambiando puntos de vista con el resto de la industria, hablando de temas que te interesan.

Pero sobre todo y más que nunca, el Simo Network 2009 es un experimento. Un experimento en el que el comportamiento de una de las partes, el asistente, es una completa incógnita, y lo será hasta que ya no haya tiempo para reaccionar. Que funcione, depende de ti.

Profesor de IE Business School.