

Los “profesionales” del SIMO

La transformación del SIMO en una feria orientada a público no especializado.

Autor: José Manuel Beas

Fecha: 6 de noviembre de 1999

El viernes salí de la oficina a las 4 de la tarde (lo que significa que perdí una hora de trabajo) y me marché al SIMO para asistir a una conferencia titulada, en un “perfecto castellano de 1999”, *E-Business Intelligence* (que quiere decir *Inteligencia de negocios-e(lectrónicos)*, o algo así). Bien, tras atravesar Madrid y llegar a donde Aquél pegó las tres voces en apenas 45 minutos, me encuentro a mí mismo en la entrada para profesionales con entrada pre-registrada sin confirmar, relleno el cupón, entrego mi tarjeta de visita (requisito imprescindible para tu acreditación como profesional) y pago las 1000 pesetas, claro. Bajo a la sala C, donde ya había comenzado la conferencia y me encuentro con que ésta era una habitación con un par de docenas de, supongo, periodistas y afines a los organizadores, que tras un micrófono y con un precioso cartel a sus espaldas hablaban de algo de lo que no puede enterarme por falta de espacio. En ese momento supuse que yo no estaba entre esos profesionales que asisten al SIMO. Claro, pensé, a mi nadie me ha ido a recibir a la puerta con un cartel con mi nombre escrito. Sí, eso debe ser.

Como no podía ya sentirme incluido entre ese grupo de elegidos, decidí ir con la plebe y asistir al grandioso espectáculo de las maravillosas novedades que la Feria había traído especialmente para los profesionales de la Informática española que podrían asistir durante los primeros cuatro días. Pero algo heló mi cuerpo, y no era ni el fresquito madrileño ni los impresionantes cuerpos de algunas azafatas (permítaseme el comentario sexista, pero es que sexista es ya su simple presencia). Mi sorpresa era debida a que no había tales maravillas. Busqué y busqué pero no las hallé. Sí, mucho DVD y mucha pantalla plana gigante. Muchos móviles y conexiones gratis a Internet. Pero, salvo una demostración con un móvil WAP que me hizo una azafata poco ducha en la nueva tecnología y sin información técnica (ni comercial) alguna, me quedé sin ver nada que no pudiera ver en El Corte Inglés en un día cualquiera y con mucha menos gente (y sin perder horas de trabajo).

Curioso ya me resultó que los expositores más frecuentados por los asistentes fueran los de las tiendas de ordenadores, los que regalaban alguna chorrada y los que tenían en marcha algún concurso. Pero cuando puse algo más de atención me percaté de que la edad media de los que me rodeaba era realmente muy baja. España va tan bien que nuestro tejido empresarial más

avanzado (el de las TI) se nutre de jóvenes con acné. ¡Mmm! ¡Y yo que pensaba que la LOGSE era un fracaso!

Bueno, el hecho de que las empresas de telecomunicaciones (especialmente los operadores y los fabricantes de móviles) se dedicaran a ofrecer espectáculos “a la americana”, en vez de a contar a los profesionales que las visitaban las excelencias de sus productos, lo achaqué al hecho de que se ha convertido éste en un sector con una gran competencia y donde el cliente final se deja atraer por el precio, el diseño,... pero, ¿no eran éstas las jornadas para profesionales?

En fin, tras charlar un rato con el vendedor del puesto de Astra acerca del *webcast*, decidí que ya era suficiente y que me marchaba a casa. Eran casi las 7, así que no me quedaba otro remedio. Me vi envuelto en una marabunta de gentes que, desde luego por su forma de vestir y comportarse, no parecían volver de una feria de profesionales sino de la discoteca de moda. A la salida nos esperaban “buzoneadores” que nos regalaban propaganda de todo tipo de garitos, tiendas de ordenadores y accesorios para el teléfono móvil. En el metro volví a darme cuenta de que el número de adolescentes (no de jóvenes, de adolescentes) que volvían de aquella feria para profesionales era extremadamente elevado, y que parecían cualquier cosa menos profesionales (animales de granja, diría yo, por los berridos en las escaleras).

Conclusión. Fui buscando un punto de encuentro con gentes que trabajaran actualmente en los temas punteros (comercio electrónico, televisión interactiva,...) y me encontré con una simple (no por grande dejaba de ser simple) exposición de marcas cara al gran público, al comprador no especializado. Se suponía que las primeras cuatro jornadas estaban dedicadas a los profesionales. ¿Dónde estaban esos profesionales? ¿Existen esos profesionales? Pregunto.

Firmado. José Manuel Beas. (jmbeas@telenium.es)