

FORO MENSUAL DE TECNOLOGÍA · CIOs Y DIRECCIÓN DE TI · ARAGÓN

La sala más difícil de conseguir es la que *merece la pena.*

QUÉ ES

Sesión presencial de alto nivel, una marca por encuentro

AUDIENCIA

CIOs · CTOs · CISOs

CADENCIA

Mensual · Aforo cerrado

FORMATOS

Desayuno · Comida

— MANIFIESTO

Todo el mundo
consigue audiencia.
Casi nadie consigue
interlocución.

El calendario de un CIO está lleno de desayunos patrocinados, demos intercambiables y eventos que se parecen entre sí. Aceptar una invitación más no es el problema. Que haya valido la pena, sí.

IDIATalks existe para invertir esa estadística: un encuentro al mes, una sola marca, una sesión que resiste a la audiencia más exigente de la comunidad tecnológica aragonesa.

REGLA BÁSICA — NO PROGRAMAMOS PRESENTACIONES CORPORATIVAS. PROGRAMAMOS CONTENIDO QUE JUSTIFICA EL TIEMPO DE QUIEN LO ESCUCHA.

Y YA EN MARCHA — LAS ÚLTIMAS EDICIONES CONFIRMAN LA TESIS: SESIONES SOBRE CÓMO GASTAR MENOS O GANAR SEGURIDAD EN LA ERA DE LA IA, DEFENDIDAS POR ESPECIALISTAS, CON LA SALA DEBATIENDO HASTA EL FINAL. EL FORMATO FUNCIONA CUANDO EL CONTENIDO LO MERECE.

IDiATalks *n. — foro, no escaparate.*

1. **Sesión presencial mensual** que reúne a los máximos responsables de TI de Aragón en torno a una única marca invitada, con formato de masterclass, caso real, lectura de mercado o demo con sentido ejecutivo.
2. **Espacio curado.** IDiA valida el encaje de cada propuesta antes de convocar: la audiencia acude porque confía en el criterio del convocante, no en el cartel del patrocinador.
3. **Conversación, no monólogo.** El diseño del encuentro está pensado para lo que ocurre después de la exposición: preguntas de verdad, mesa compartida, relación que continúa.

ANTÓNIMOS: ~~PITCH ENCUBIERTO~~ · ~~KEYNOTE INTERNA RECICLADA~~ · ~~EVENTO DE CAPTACIÓN~~

— LA TESIS

Tres cosas que no puedes comprar con *publicidad*.

1.

Quién está
en la sala.

Responsables que operan decisiones reales: presupuesto, criterio y problemas concretos encima de la mesa. Sin relleno, sin asistentes de paso. Cada silla está justificada.

2.

Quién
convoca.

IDiA no alquila su lista de contactos: presta su criterio. Cuando convoca, la audiencia sabe que la sesión ha pasado un filtro. Esa confianza es lo que llena la sala — y lo que tú aprovechas.

3.

Cómo está
diseñado.

Lo bastante sobrio para que un CIO acepte sin dudar; lo bastante cuidado para que la conversación siga en la mesa. El formato trabaja para ti antes, durante y después de la sesión.

— LA AUDIENCIA

Hablas para quien *decide*.

La sala reúne a perfiles que ya dejaron atrás la conversación abstracta: hablan de implantación, operación, seguridad y negocio. Si tu contenido resiste sus preguntas, has ganado algo que ninguna campaña compra.

PERFIL

ÁMBITO

CIO

DIRECCIÓN DE SISTEMAS

CTO

TECNOLOGÍA Y PLATAFORMA

CISO

SEGURIDAD

Dir. TI

MÁXIMO RESPONSABLE

Dir. Digital

TRANSFORMACIÓN

Arquitectura

DATOS Y PLATAFORMA

Resp. Datos

GOBIERNO DEL DATO

Aquí la tecnología
no se *promete*.
Se *opera*.

— ARAGÓN COMO CONTEXTO

Aragón importa en esta historia no como geografía, sino como conversación: un territorio donde la tecnología se discute en términos de lo que ya funciona — y de lo que falta por resolver.

Para un proveedor que prefiere hablar de aplicación real antes que de promesas, no hay mejor interlocutor que quien la está ejecutando.

IMPLANTACIÓN	— EN CURSO
OPERACIÓN Y SEGURIDAD	— A DIARIO
DATOS Y AUTOMATIZACIÓN	— EN AGENDA
NEGOCIO	— SIEMPRE

— PARTICIPACIÓN

Dos formatos. Una *misma exigencia*.

FORMATO A

MAÑANA EJECUTIVA

Desayuno

Una idea fuerte,
concentrada.

Para marcas capaces de condensar su mejor contenido en una sesión ejecutiva de mañana, con desayuno final para continuar la conversación.

09:00	Recepción y apertura institucional
09:20	Sesión: masterclass, caso o demo ejecutiva
10:20	Coloquio con la sala
10:50	Desayuno y conversación informal

FORMATO B

RECORRIDO COMPLETO

Comida

Más mesa,
más relación.

Amplía el recorrido relacional del encuentro. Para cuando, además de captar atención, quieres el espacio donde las conversaciones se convierten en algo más.

12:00	Recepción y apertura institucional
12:20	Sesión: masterclass, caso o demo ejecutiva
13:20	Coloquio extendido
14:00	Comida privada con la sala

— REPARTO

Tú traes la idea. Nosotros, *la sala*.

IDIA SE OCUPA DE —

- A1 Espacio, medios audiovisuales y catering
- A2 Apertura institucional del encuentro
- A3 Convocatoria entre socios y comunidad CIO
- A4 Comunicación previa y posterior
- A5 Recogida de intereses de la sala, cuando procede

EL PROVEEDOR SE OCUPA DE —

- B1 El planteamiento y el guion de la sesión
- B2 Ponentes con autoridad real sobre el tema
- B3 Un caso, una demo o una lección concreta
- B4 Materiales previos para validar el encaje
- B5 Afinar el contenido según los intereses recogidos

SOBRE LOS
CONTACTOS

Al cierre de cada sesión compartimos **el listado de empresas asistentes** y los datos de **aquellos asistentes que autorizan expresamente su cesión**. Dicho esto, conviene decirlo sin rodeos: el momento en que realmente se consiguen los contactos es *el networking posterior*. Si la sesión ha interesado, el acercamiento se produce solo — y ese contacto vale más que cualquier lista.

PROGRAMAMOS

Contenido que resiste una audiencia *exigente*.

- + Una tesis propia, defendida con argumento
- + Lectura de mercado con criterio, no con folleto
- + Casos reales, con sus decisiones y sus errores
- + Demos que responden a una pregunta ejecutiva
- + Ponentes con autoridad técnica verificable

DEVOLVEMOS

Todo lo que suene a *pitch disfrazado*.

- La keynote corporativa reciclada
- Demos genéricas sin contexto de negocio
- Casos de éxito sin un solo ángulo crítico
- El turno final convertido en captación
- Perfiles puramente comerciales en el atril

— EL PROCESO

De tu propuesta a la sala, en *cuatro fases*.

FASE 01 · PROPUESTA

La idea.

Título y enfoque de la sesión

Resumen ejecutivo — 8–12 líneas: qué problema, por qué ahora, qué se lleva la sala

Formato: masterclass, caso, demo, mesa

RESULTADO — ENCAJE VALIDADO

FASE 02 · PONENTE

La voz.

Nombre, cargo, bio y foto

Autoridad real: CTO, CISO, arquitecto, líder de práctica — no un perfil comercial puro

Caso o demo comprometido en la sesión

RESULTADO — CONVOCATORIA ABIERTA

FASE 03 · AFINADO

El ajuste.

Intereses previos de los asistentes, si se recogen

Guion o versión casi final — para alinear nivel, nunca para interferir

Técnica y logística: demo, audio, equipo

RESULTADO — SESIÓN CURADA

FASE 04 · SESIÓN

La sala.

Identidad mínima: logo, nombres y cargos correctos

Compromiso de estilo firmado por ambas partes

Comunicación posterior a cargo de IDiA

RESULTADO — RELACIÓN QUE CONTINÚA

— COMPROMISO

Lo firmamos *juntos.*

Cuatro líneas que protegen lo que hace valioso este formato — para la sala y para ti. Quien las respeta, repite.

-
- 01 **Ningún** pitch comercial encubierto.
 - 02 **Ninguna** presentación corporativa al uso.
 - 03 **Ningún** cierre convertido en captación.
 - 04 **Todo** el foco en valor técnico, estratégico o aplicado.
-

No queremos llenar tu agenda. Queremos *justificarla*.

Si tienes un contenido que merezca esta audiencia, una conversación de veinte minutos basta para definir *tema, formato y perfil de ponente*. El resto lo ponemos nosotros.

Hablemos
info@idia.es

IDI'A
INVESTIGACIÓN,
DESARROLLO E
INNOVACIÓN EN
AVIACIÓN