

# “Madrid Tech Show generará 50 millones de euros para la capital de España en esta edición de 2023”

El 30 y 31 de octubre Madrid Tech Show volverá a abrir sus puertas en una edición, la tercera en la capital de España, que promete. Su éxito se transmite más allá de las cifras aportadas por Simon Blazeby, *group director* de CloserStill Media, en esta entrevista, tanto por el importante aumento de visitantes y expositores, edición tras edición, como por la repercusión económica que ha tenido en la ciudad. Este año, además de las seis ferias habituales: *cloud*, *ciberseguridad*, *big data*, *IA*, *ecommerce* y centros de datos, se une un nuevo vertical: el de la conectividad.

Inma Elizalde

Madrid Tech Show llegó a España en 2021 prometiendo ser uno de los eventos tecnológicos más importantes. En su segunda edición, el año pasado, el entusiasmo de expositores y visitantes era patente. Para Simon Blazeby, *group director* de CloserStill Media, esto ocurre por el gran crecimiento que está experimentando el sector tecnológico español y la importancia que nuestro país está adquiriendo a nivel europeo y mundial gracias a su posición estratégica y económica. Pero también por la diferencia que Madrid Tech Show representa al ser, más que una feria, un ecosistema, tal y como él lo define, tratando cada mercado como una feria aparte. “El año pasado dije que una feria tiene que ser no sólo un espejo, también un motor de la economía y de los sectores que trata y hoy en día esto es pertinente a la hora de cómo debemos responder a las necesidades del sector. Tenemos que ofrecer una serie de plataformas para cada vertical y tratar las necesidades de cada sector y cada *c-level* como un evento en sí”, señala.



**Simon Blazeby, *group director* de CloserStill Media**

La gran acogida de Madrid Tech Show se refleja en las cifras obtenidas. En esta edición generará unos 50 millones de euros para la capital

de España, avanza, aunque va más allá al señalar que actúan como motor del sector tecnológico al crecer más de un 20 % en el número

de visitantes y expositores. En esta edición los primeros alcanzarán los 15.000, los segundos 400.

Tres años de andadura en los que han percibido la necesidad de seguir dando servicio a estos mercados. Y una mayor especialización en



*"El ayuntamiento tiene un stand en la feria en el que vamos a conocer empresas españolas innovadoras"*

un momento en el que constantemente se están creando nuevos ecosistemas y áreas especializadas, en el que se tienen que crear puntos de encuentro, innovación e interconexión. Por ello van a segmentar en mayor medida sus datos, oferta y contenidos, con mensajes muy personalizados. Un camino en el que han

conocido a la perfección a las empresas tecnológicas que operan en España y de las que Simon Blazeby destaca del sector del centro de datos su gran inversión y su posición geográfica estratégica. Un liderazgo que se amplía al sector de la conectividad. "Todo ello



ayuda al desarrollo de empresas que pueden utilizar mejores servicios en la nube, la inteligencia artificial, el PLN, ecosistemas más innovadores, etcétera”, dice. “Cuando llevamos a cabo nuestra encuesta sobre IA, a principios de año, descubrimos que el 75 % de los CTO en España está aumentando su inversión en

inteligencia artificial y de ellos tres cuartos están viendo un impacto directo de arriba abajo, así como en sus ingresos. “Todo ello: el tejido empresarial, infraestructuras, conectividad, inversión, servicios, etc., están conectados y hacen que España tenga más luces que sombras”, enfatiza.

### Marca España

Madrid Tech Show cuenta con el apoyo de las grandes tecnológicas, las principales de Silicon Valley e internacionales, reconoce. Pero también de la marca española, que ya representa el 40 % de la feria, subraya. “Líderes en datos, integradores, consultoras... que actúan como impulsores de servicio, integradores de múltiples servicios, que ayudan a organizaciones con reconocimiento internacional a aterrizar en España y potenciar sus tecnologías.

El directivo reconoce que el talento español es muy competitivo a nivel europeo ya que muchos puestos de importancia están copados por españoles más allá de nuestras fronteras, algo que considera va a incrementarse. Por ello advierte que tenemos el reto de mantenerlo en lugar de exportarlo para lo que, en su opinión, se necesita la ayuda del Gobierno.

No olvida el segmento *startup*. El ayuntamiento tiene un *stand* en la feria en el que vamos a conocer empresas españolas innovadoras.



“Necesitamos más iniciativas de este tipo para seguir impulsando la marca España y su talento”, reivindica.

### Lo más destacable

En cuanto a lo más destacable de esta tercera edición de Madrid Tech Show remarca, en el lado expositor, la oportunidad de conectar en persona con los clientes. Compartir sus conocimientos, tecnologías, innovaciones, generar oportunidades de negocio... Para el visitante interactuar con su interlocutor, asistir a mesas redondas, compartir experiencias y tener un punto de encuentro en el que compartir ideas e innovar en una plataforma en la que hay cientos de miles de interacciones.

### Connectivity World

Una de las novedades que presenta esta edición es la incorporación de un nuevo vertical a su oferta: *Connectivity World*, con el fin de poner en valor la importancia de nuestro

*“La marca España ya representa el 40% de las empresas que acuden a Madrid Tech Show”*

país en el sector de las telecomunicaciones, un sector que el año pasado llegó a facturar más de 35.000 millones de euros. “Lo lanzamos con un área de empresas que están im-

pulsando el ecosistema telco”, avanza. Con esto, de momento, cubren una oferta tecnológica 360 grados, por lo que se mantendrán con los siete verticales. “Cada uno de ellos es



un ecosistema, por lo que vamos a seguir tratando sus necesidades”, reflexiona, al tiempo que avanza que un área de crecimiento para el año que viene será el rol del director de DevOps y de *cloud native*, que está adquiriendo mayor protagonismo en España como un rol aparte.

Siete verticales con sus correspondientes mensajes. En la parte de la nube se hablará sobre cómo transformar el futuro de la misma. En el entorno del dato y la inteligencia artificial se mostrará cómo desplegar el poder de los datos. En ciberseguridad cómo protegerse. Y en conectividad se hará hincapié en la conectividad del futuro, por poner algunos ejemplos.

Pero esta no es la única novedad que podremos descubrir. 400 expositores presentarán sus primicias. La IA generativa estará representada con las iniciativas llevadas a cabo por empresas como IBM, AWS o Microsoft, entre otras. En cuanto al centro de datos del futuro, esta edición va a presentar mayores innova-



ciones, incluido el centro de datos del futuro, construido por la empresa española Nexitic...

### Futuro

Cuando se cierren las puertas de esta edición y comiencen a preparar la siguiente, ¿cuáles serán sus deseos, más allá de aumentar el número de

expositores y visitantes? “Asegurarnos de que Madrid Tech Show es realmente el impulsor y conector del negocio tecnológico no sólo de España, también del Mediterráneo y de Iberoamérica. Y de que, por lo tanto, impulsamos la importancia de España como *hub* digital del sur de Europa, África y Latinoamérica”, responde.