

“El binomio MadridTech Show es perfecto y yo diría que indisoluble”



En un momento de gran disrupción tecnológica, Madrid Tech Show se ha convertido en la plataforma donde todas las tecnologías se encuentran. Tres ediciones han servido para catapultar la feria a lo más alto y consolidar su marca, fruto del bagaje que aportan sus experiencias vividas en los 12 países en los que CloserStill Media trabaja, tal y como señala, Jesús Haro, director de la división *Tech & eBusiness* de la compañía. A punto de dar comienzo su cuarta edición, podemos adelantar novedades para la siguiente. Jesús Haro avanza que en 2025 la feria incluirá dos pabellones y dos nuevas temáticas: *e-Learning* y *RR.HH.*

Inma Elizalde

La cuarta edición de Madrid Tech Show será, de nuevo, cita imprescindible para *C-levels* y amantes de la tecnología. El pabellón 9 de IFEMA, en Madrid, volverá a tener un vertical muy orientado a la digitalización del *e-commerce*, el reconocido E-Show, que aglutinará las últimas tendencias en logística, ciberseguridad aplicada al *e-commerce*, nuevas soluciones de pago, inteligencia artificial aplicada en tiempo real... destaca Jesús Haro. Un segundo vertical enfocado a las tecnologías para el marketing: Technology for Marketing nos mostrará las últimas soluciones en publicidad. El tercero, de máxima actualidad por ser una de las tendencias del momento: IA y Big Data, incluirá una demo de IBM dentro de su marca Watson, en la que mostrarán a los visitantes la retransmisión de un partido de Wimbledon en tiempo real. Junto a ellos repetirán la parte de centros de datos: Data Centre World, la nube en Cloud Expo Europe y la ciberseguridad en Cyber Security World. La parte de conectividad, con la que contaron el



Jesús Haro, director de la división Tech & eBusiness de CloserStill Media

año pasado, estará embebida en las soluciones *cloud*, aunque Haro avanza que probablemente el año que viene dispondrá de su propio espacio. "Estamos hablando con grandes corporaciones para traer soluciones de IoT", confiesa. Para la edición de 2025 CloserStill Media ya está

trabajando en dos nuevos espacios. Uno de ellos sobre tecnologías para la gestión de los recursos humanos porque, tal y como Jesús Haro subraya: "Las tecnologías de RR.HH. tienen muchas directrices locales y hay un grupo de compañías líderes en este vertical". La otra gran novedad se

centrará en el e-Learning, con un mercado creciente en España, reconoce.

Todo ello junto a otra pata importante, su congreso dentro de cada uno de los verticales, porque los organizadores de Madrid Tech Show consideran que los casos de éxito de las organizaciones pueden servir a otros negocios. En definitiva, "Los

ejecutivos descubrirán las nuevas tendencias del mercado, de mano de los mejores ponentes, con las que podrán definir la hoja de ruta. Esto para nosotros es una oportunidad perfecta a la hora de ayudar al ecosistema y a la industria a hacer negocio", reconoce. Tendencias que descubrirán los 18.000 ejecutivos previstos, 3.000 más que en

la anterior edición, y entre las que la IA, ya aplicable, va a ser la protagonista de un evento que nos mostrará soluciones que llevan a cabo la digitalización de todos los procesos.

Continuidad

Jesús Haro toma el relevo tras la partida de Simon Blazeby. Tras un trabajo ejemplar por parte del británico, señala que dará continuidad a la labor empezada por su antecesor. "Tengo una formación muy tecnológica. Vengo del mundo de la tecnología y del emprendimiento.



*"El año que viene
ocuparemos dos
pabellones, manteniendo
la calidad"*

Soy un apasionado de la tecnología por formación y por profesión. Entiendo las necesidades del cliente y la transformación y aceleración de esta transformación. Mi apuesta va a ser continuista. Y de buscar que todos los agentes transformadores estén aquí”, especifica.

Midiendo la satisfacción

Reconoce que para Madrid Tech Show es muy importante la satisfacción de los asistentes, algo que miden de diferentes formas. “Tenemos un parámetro cualitativo. Hablar con los asistentes para ver cuál ha sido su grado de interés. También conversamos con nuestros clientes, que son las compañías que están mostrando soluciones. Su grado de satisfacción a veces se mide en términos de impacto de imagen. Otros prefieren el desarrollo de negocio. Tenemos en cuenta estos requerimientos y, cuando acaba Madrid Tech Show, volvemos a hablar con ellos. Hay un porcentaje de clientes que decide volver y apuntarse. Eso quiere decir que hemos



sido capaces de conseguir solventar sus necesidades. Te diría que estamos por encima del 50 % de compañías que quieren volver al año siguiente. Tenemos que conseguir, en esta edición, mejorar esa cifra”, declara.

Este año se esperan 400 marcas expositoras frente a las 320 de 2023. “Un 22 % más. Estamos creciendo en un grado muy relevante,

por lo que el año que viene ocuparemos dos pabellones, manteniendo la calidad”, adelanta.

Sinergias creadas

Madrid Tech Show es importante para la capital de España ya que este evento, tan sólo el año pasado, generó alrededor de 50 millones de euros en la misma. ¿Cuál es el impacto es-

perado para 2024? "Teniendo en cuenta que la feria ha crecido un 22 % en esta nueva edición y que el precio de los hoteles ha aumentado, el impacto será mayor. Pero ese es un cálculo que hacemos al final", responde.

"El binomio MadridTech Show es perfecto y yo diría que indisoluble porque la ciudad es capaz de absorber, con calidad, la logística de taxis, metro, oferta hotelera, de restauración... Para nosotros esto es una apuesta diferencial. El año que viene ocuparemos dos pabellones y esto solo podemos hacerlo aquí. Otras ciudades tienen cuellos de botella", argumenta.

Todo ello sin olvidar su buena relación con las instituciones madrileñas y su representación política, que se ve plasmada con la presencia de algunos de sus miembros durante el evento. ¿Qué

otras sinergias se están llevando a cabo? "Madrid quiere crear una semana de la tecnología y nosotros participaremos en la misma, poniendo nuestro granito de arena con Madrid Tech Show y diferentes eventos", confirma. "Su objetivo también es acompañarnos para que seamos el evento de referencia porque, si vemos que el Mobile alcanza cifras anuales en torno a los 100.000 visitantes, nosotros deberíamos tener una, aspiración lógica y seguir

consiguiendo un crecimiento en calidad en torno al 20 % anual, también en visitantes e ir desarrollando unas métricas diferentes. Probablemente tenemos que aspirar a una siguiente etapa de en torno a los 40.000 asistentes, doblar el tamaño en tres años. Tenemos el espacio, la oportunidad y la suerte de estar en la industria de la tecnología, que en los próximos tres años van a sufrir una disrupción muy acelerada con soluciones robóticas, drones para la logística del *e-commerce*, etc..", explica.

Afrontando nuevos desafíos

Ante la pregunta de cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el panorama tecnológico en la actualidad, Jesús Haro señala el gran cambio que la tecnología conlleva, con un gran



"Madrid quiere crear una semana de la tecnología y nosotros participaremos en la misma"

número de soluciones disponibles. "Por un lado estamos viendo que viene un gran cambio, pero lo que no vemos es lo que viene detrás, probablemente un mundo diferente. Yo creo que estamos en uno de los mejores momentos de la historia. Tenemos que terminar de trabajar por los derechos y la inclusión de todos. Me gustaría que esta IA nos sirva para mejorar nuestra productividad, nuestra vida, nuestra jornada laboral. Tenemos que pensar más en un futuro que en una regulación. Ver el efecto que la IA va a tener en el empleo. Necesitamos



líderes que tengan un perfil más de ingenieros que político, porque esto va cada vez más de tecnología e integración. Tenemos que ponernos más de acuerdo que nunca".

Experiencia del visitante

En cuanto a la experiencia del visitante, Jesús Haro observa que en esta edición se han cen-

trado en que cada vertical tengo dos auditorios. "Hemos trabajado muy bien esta experiencia para que lo tengan muy fácil y asistan a las ponencias. Hacemos un gran esfuerzo para poner todas las soluciones cerca de los congresos con los ponentes más prestigiosos". Por ello invita a los asistentes a disfrutar de "este pequeño master de dos días".