



“Tech Show Madrid será el eje central de Tech Week Madrid”

Tech Show Madrid abordará su quinta convocatoria el 29 y 30 de octubre en los pabellones 7 y 9 de IFEMA. Una nueva cita con la tecnología, organizada por CloserStill Media, y un encuentro imprescindible para los *c-level* del sector en el que se abordarán nuevas tendencias con dos nuevas temáticas: *e-learning* y RR.HH. Un evento que suma como punto de encuentro entre directivos del sur de Europa, múltiples sinergias entre empresas, visibilidad, generación de negocio y contacto directo con decisores para las marcas.

En esta entrevista abordamos con Ione Ruete, directora de Tech Show Madrid, las novedades que se abordarán, entre ellas el rol que jugará Tech Show Madrid dentro de la “Semana de la Tecnología”.

Inma Elizalde

¿Qué balance hace de las cuatro ediciones de Tech Show Madrid? ¿Y qué aprendizajes clave han obtenido?

El balance es altamente positivo. En apenas cuatro ediciones hemos conseguido consolidarnos como el mayor evento tecnológico profesional en España. Hemos visto crecer tanto el número de visitantes como de expositores y *partners* estratégicos, lo que refleja la confianza del sector.

El principal aprendizaje es que el ecosistema demanda un espacio que combine visión, *networking* y soluciones prácticas; y que la transversalidad es clave para generar innovación.

¿Cómo ha cambiado la percepción del sector tecnológico hacia Tech Show Madrid? ¿Qué representa en la actualidad este evento para el ecosistema tecnológico español?

Hoy Tech Show Madrid ya no se percibe solo como un congreso, sino como un punto de encuentro imprescindible para los principales



Ione Ruete, directora de Tech Show Madrid

stakeholders del sur de Europa. El congreso es hoy en día la puerta de entrada al ecosistema tecnológico español para actores internacionales

y un catalizador de negocio para empresas locales. Es un foro de referencia donde se marcan tendencias y se impulsa la colaboración.

Entre las novedades para este año figuran la ampliación a un pabellón más y dos nuevas temáticas: E-learning y RR.HH. ¿Qué tipo de soluciones o empresas están atrayendo con estos dos nuevos verticales?

Estamos atrayendo a empresas de formación corporativa, plataformas de aprendizaje digital, soluciones de talento basadas en datos, IA aplicada a la gestión de personas y herramientas de bienestar laboral. Son sectores con gran dinamismo. Y la respuesta del mercado confirma la necesidad de tener espacios dedicados a estas áreas.

¿Qué sinergias esperan generar entre los verticales actuales y los nuevos? Y entre las empresas que han participado en anteriores ediciones, ¿qué sinergias han observado?

Las sinergias son múltiples: la gestión del talento está cada vez más conectada con la ciberseguridad, *cloud* y la inteligencia artificial; y el *e-learning* se apoya en *big data*, marketing digital y experiencias inmersivas. Hemos observado que muchas empresas cierran acuerdos transversales al coincidir en el evento. Y este año esperamos que los nuevos verticales multipliquen estas conexiones.

En un momento en el que todo lleva el apellido IA, ¿cómo han visto evolucionar el interés por la misma entre las diferentes ediciones y qué papel va a jugar en esta última? ¿Qué tendencias en IA marcarán esta edición?

El interés por la inteligencia artificial ha crecido de forma exponencial. Si en las primeras ediciones era una promesa, hoy es ya una realidad transversal. Veremos casos de uso prácticos en todas las verticales. Las tendencias clave serán la IA generativa, la ética y la regulación. Y su integración en procesos críticos de negocio.



¿Cómo van mejorando la experiencia del visitante año tras año y cuál será la sorpresa en este 2025? ¿Cómo ayudan al visitante a personalizar su recorrido por la feria?

Cada edición trabajamos con el objetivo de incrementar la relevancia del contenido, la calidad de las conexiones y por ofrecer una experiencia inmersiva.

La gran sorpresa será la escala y transversalidad de Tech Week Madrid, que amplía el impacto del evento más allá de IFEMA.

¿Qué peso tiene el contenido local frente al internacional?

Buscamos un equilibrio. El 85 % de los visitantes son nacionales, pero el 15 % ya provienen

del extranjero. Y el nivel de *speakers* y expositores internacionales aumenta cada año. Queremos que Tech Show Madrid sea la plataforma que conecte el talento y las empresas locales con el mercado global.

¿Qué tipo de alianzas están llevando a cabo con las instituciones públicas y qué otras quieren fomentar?

Colaboramos estrechamente con la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento, Cámara de Comercio e IFEMA Madrid. Queremos cuidar estas alianzas e impulsarlas hacia programas de apoyo a la innovación, atracción de talento e internacionalización, alineando el evento con la estrategia país en digitalización.

¿Qué rol juega Tech Show Madrid dentro de la “Semana de la Tecnología”?

Es el eje central de Tech Week Madrid, el encuentro que aglutina a los eventos más influyentes. Su rol es actuar como tractor, con-



centrando la mayor comunidad profesional y convirtiendo a la capital en epicentro de la innovación europea durante una semana.

El número de marcas expositoras es cada vez mayor. ¿Qué buscan las marcas que deciden exponer en Tech Show Madrid? ¿Y TSM de las mismas?

Las marcas buscan visibilidad, generación de negocio y contacto directo con decisores. De ellas esperamos compromiso con la innovación, soluciones que aporten valor y capacidad para inspirar al mercado.

¿Cómo gestionan el equilibrio entre crecimiento en volumen y calidad de estas marcas?

La clave está en la búsqueda de la calidad: seleccionamos cuidadosamente a los expositores para que representen lo más avanzado en cada sector. No buscamos crecer por crecer, sino mantener un ecosistema que ofrezca calidad y relevancia a los visitantes.

Tras todo lo comentado, ¿cuál es el mayor reto organizativo al que se enfrentan? ¿Cómo afecta la velocidad del cambio tecnológico a la planificación del evento?

El mayor reto es anticipar tendencias en un contexto de cambio constante. Tenemos que ser ágiles para adaptar la agenda y los verticales a la velocidad del mercado, y eso exige una escucha activa y una planificación flexible.

A la velocidad a la que todo cambia, ¿dónde ven Tech Show Madrid en un futuro cercano?

Lo vemos consolidado como el gran *hub* tecnológico del sur de Europa, con una proyección internacional cada vez mayor y con un papel



estratégico en la atracción de inversión, talento e innovación.

¿Qué les gustaría que recordaran los visitantes de esta edición?

Que vivieron un evento transformador, que les inspiró, les conectó con las personas adecuadas y les ayudó a acelerar sus proyectos.

¿Qué mensaje daría a los líderes tecnológicos que aún no han asistido?

Que Tech Show Madrid es el lugar donde se define el presente y futuro de la tecnología en España y Europa. Si quieren estar donde se generan las oportunidades y se anticipan las tendencias, esta es la cita ineludible.