

## **El Pabellón de España en MWC Barcelona 2024 bate su récord de asistencia con más de 10.000 visitantes presenciales y 7.000 virtuales**

- **Las empresas coexpositoras calculan que su actividad en el Pabellón les permitirá generar negocio por valor de 12,5 M €**
- **El proyecto de Red.es, en uno de los eventos tecnológicos más importantes del mundo, ha dado visibilidad a 45 empresas españolas de diferentes sectores tech**
- **Más de 70 paneles con participación de 100 ponentes, visitas de delegaciones internacionales y de autoridades y otras actividades de *networking* han dinamizado las cuatro jornadas del evento a partir de una apuesta clara por la digitalización**

**1 de marzo de 2024.** El Pabellón de España bate su récord de asistencia marcado en la anterior edición de MWC con un incremento del 25% en el número de visitantes. Más de 10.000 personas han pasado por el espacio, concebido como un punto de encuentro para el debate y la presentación de innovaciones por parte de empresas expositoras, instituciones y expertos del sector tecnológico.

A los visitantes presenciales se unen aquellos que han accedido de manera virtual a la intensa agenda de actividades retransmitida en el set de presentaciones, bien a través de la web específica del Pabellón ([www.spain-mwc.gob.es](http://www.spain-mwc.gob.es)) o por el canal oficial de Red.es en Youtube. El acceso a la web oficial ha acumulado un 50% de incremento de usuarios únicos respecto al año pasado y un tiempo medio de permanencia superior a los 10 minutos. Adicionalmente a las 10.000 visitas, por tanto, más de 7.000 usuarios más han accedido a los contenidos del Pabellón de manera virtual. En total, más de 60 contenidos como mesas redondas, paneles institucionales, ruedas de prensa, pitches y ponencias se han sucedido en una agenda ininterrumpida, que ha congregado a un centenar de ponentes procedentes de diferentes sectores de especialización del sector digital y tecnológico.

A ello se unen las dinámicas de *networking* internacional celebradas en el marco del Pabellón, con la recepción de delegaciones empresariales procedentes de Colombia, Japón, Reino Unido, Italia, Quebec, Francia y Grecia, así como los tours temáticos sobre inteligencia artificial o *big data*, en los que los participantes han podido conocer de primera mano las propuestas de valor de las empresas expositoras. En total, 10 eventos que han congregado a unos 120 visitantes internacionales y que han consolidado al

Pabellón de España en su rol de generador de sinergias y oportunidades de negocio.

## **Gran generación de negocio para las empresas coexpositoras**

Los expositores calculan que su presencia en el Pabellón les permitirá generar negocio por valor de 12,5 M €. Las 45 empresas coexpositoras han desarrollado una intensa agenda de negocios aprovechando el marco y la atracción que genera el Pabellón, y han participado en más de 1.500 reuniones con más de 2.000 contactos profesionales, de los que más de 500 serán cualificados.

La mejora que cada año experimenta el Pabellón es el resultado de las conclusiones que se derivan de los datos y valoraciones que cada año hacen las empresas participantes. Por eso, es fundamental que el Pabellón de España, la casa de la empresa tecnológica española, continúe apostando por mejorar y modernizarse y por avanzar hacia una digitalización integral de contenidos y dinámicas.

En esta edición, ha vuelto a contar con la última tecnología al incorporar un sistema de monitorización de sentimientos, mediante cámaras inteligentes, que recaban las sensaciones que experimentan los visitantes al acercarse a los expositores. Se trata, por supuesto, de datos absolutamente anonimizados.

A su vez, y como novedad en la presente edición, se ha desarrollado un sistema de *networking* inteligente, ofreciendo una experiencia personalizada a los visitantes del Pabellón, a través de una web con una selección de contenidos adaptados a sus áreas de interés, y desde la que fue posible contactar con profesionales afines para sacar mayor rentabilidad a su visita.

## **Pabellón con IA**

La inteligencia artificial también ha tenido su espacio en el Pabellón, con una dinámica interactiva donde los visitantes han podido realizarse fotografías procesadas en tiempo real por IA. En total, se han realizado medio millar de fotografías.

La propia experiencia en el Pabellón ha estado marcada por el impacto audiovisual de sus más de 65 m<sup>2</sup> de pantallas repartidas por el espacio. Todas ellas han ofrecido, además de vídeos y contenidos, información en tiempo real de los próximos eventos de la agenda, número de visitantes, emociones de los mismos y cobertura en redes sociales, otorgando dinamismo al Pabellón, con un sistema centralizado de información conectado a la plataforma web, concebida como nodo de la comunicación integral del proyecto.

## **Interés presencial y online**

El interés que despierta el contenido generado en el Pabellón de España durante los 4 días que dura MWC, es incuestionable. Respecto a la cobertura de redes sociales, se han registrado más de 330.000 impactos netos a través del hashtag #SpainMWC24, alcanzando a una audiencia neta de 41.000 personas en los canales de Red.es en Twitter, Facebook, Instagram y

LinkedIn, con un claro protagonismo del formato audiovisual. Cifras que viven un aumento incluso en los días posteriores a la finalización del congreso, ya que los diferentes canales digitales continúan generando impactos a través del hashtag oficial de manera sostenida durante algunas jornadas más, que serán contabilizados posteriormente.

**Más información:** [prensa@red.es](mailto:prensa@red.es)