



INFORME
DE FERIA

2024



GAMESCOM

Colonia

21-25 de agosto de 2024

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

13 de septiembre de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Asier Castro Foces

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.3. Pabellones de CCAA o Asociaciones	7
2.4. Datos estadísticos de participación	7
2.5. Participación española	10
3. Actividades de promoción	13
3.1. Publicidad en feria	13
3.2. Publicidad digital	14
3.3. Escenario Games from Spain	14
3.4. Cóctel B2B Games from Spain	17
4. Tendencias y novedades presentadas	18
4.1. Tendencias globales	18
4.2. Tendencias tecnológicas	18
4.3. Gamescom Awards 2024	19
5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes	20
6. Anexos	21
6.1. Servicios dentro del recinto ferial	21
6.2. Recomendaciones	21
6.3. Direcciones de interés	24
6.4. Fotos adicionales del evento	24





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Nombre:	Gamescom
Fecha de celebración:	21-25 de agosto de 2024
Próxima edición:	20-24 de agosto de 2025
Frecuencia:	Anual
Lugar:	Koelnmesse Messeplatz 1 50679, Colonia
Superficie:	230.000 m ² brutos
Horarios:	Miércoles: de 9:00 a 19:00 Jueves a domingo: 9:00 a 20:00 Zona <i>Business</i> cerrada el fin de semana
Página Web:	https://www.gamescom.global/en
Entrada:	Miércoles a viernes y domingo: 29,50 € (21 € entrada reducida) Sábado: 39 € (30,5 € entrada reducida)
Sectores representados:	TI y telecomunicaciones, <i>software</i> , electrónica de consumo, multimedia, juegos y juguetes, juegos de ordenador y videojuegos.
Número de expositores de la edición:	1.462 expositores de 64 países (71 % extranjeros)
Número de visitantes y procedencia:	335.000 visitantes de 120 países (de los cuales 32.000 son visitantes profesionales)
Pabellones oficiales:	48 pabellones regionales de 37 países
Organizador:	Koelnmesse GmbH Messeplatz 1 50679, Colonia info@koelnmesse.de



2. Descripción y evolución de la Feria

La feria Gamescom, fundada en 2009, es considerada como el evento de videojuegos más representativo de Europa y la principal feria del sector a nivel mundial. Gamescom se dirige tanto al consumidor final como a los profesionales del sector y se celebra con una periodicidad anual en la ciudad de Colonia. La feria reúne a la industria, el comercio y los medios de comunicación ofreciendo a los visitantes la oportunidad de ver y probar las últimas novedades. Entre los sectores más destacados se incluyen juegos de ordenador, consola y móvil, *hardware*, *software* y otros accesorios.

Esta decimocuarta edición del certamen tuvo lugar del 21 al 25 de agosto, si bien la parte profesional finalizó el 23 de agosto, la exposición al público general concluyó el día 25. Asimismo, el primer día de feria está especialmente centrado en la presencia de asistentes profesionales y periodistas. Gamescom 2024 reunió a aproximadamente 335.000 visitantes procedentes de más de 120 países y a 1.462 expositores provenientes de 64 naciones diferentes, con una tasa de participación extranjera del 71 %.

En paralelo a la feria, se celebran numerosas actividades coordinadas por la organización ferial como conferencias, talleres, congresos y concursos. También en los *stands* de los diferentes expositores se llevan a cabo numerosos eventos con música, entregas de premios y exhibiciones.

Además de la feria, el 22 de agosto se celebró el Opening Live Night (ONL). En este evento en línea se anuncian las principales novedades del sector, alcanzando más de 40 millones de visualizaciones en su edición de 2024 ha conseguido doblar la audiencia del año anterior. Los días 24 y 25 tuvo también lugar el Gamescom City festival con numerosos actos musicales del panorama nacional e internacional en el centro de la ciudad de Colonia.

2.1. Ubicación

- Zona *business*: pabellones 2, 3 y 4
- Zona de *merchandising*: pabellones 5.1 y 5.2
- Zona *entertainment*: pabellones 6, 7, 9 y 10.1
- Zona *indie*: pabellón 10.2
- Zona retro: pabellón 10.2
- Zona social: pabellones 11.1 y 11.2
- Zona de juegos de mesa y cartas: pabellón 5.2
- *Cosplay village*: pabellón 5.1
- Arena de eventos: pabellón 8
- Gamescom Campus: pabellón 10.2
- Zona de *coworking* y de creadores: pabellón 11.2
- *Devcom*: *Confex*

Los pabellones oficiales de *Games from Spain* se encontraban ubicados en el área *business* (Pabellón 4.1), el área *entertainment* (Pabellón 10.1) y el área *indie* (Pabellón 10.2).

MAPA DEL RECINTO



Fuente: Gamescom.

2.2. Servicios ofrecidos

El recinto ferial pone a disposición de los expositores los siguientes servicios:

- Gestión digital de colas
- *Catering* en el *stand*
- Terminales de juego en la zona *family & Friends*
- *Gamescom biz*: plataforma oficial B2B
- *Gamescom now*: centro de contenidos digitales
- Cooperación con la prensa

2.3. Pabellones de CCAA o Asociaciones

Numerosos pabellones oficiales estuvieron presentes en el certamen, la mayoría de origen europeo. Algunos de los pabellones nacionales fueron: España, Polonia, Austria, Francia, Reino Unido, Suiza, Bulgaria y Serbia. En relación con los pabellones de países no europeos, se puede mencionar a: Canadá, Brasil, Indonesia y Corea del Sur.

Además de los pabellones nacionales, acudieron a la feria pabellones de entidades regionales equivalentes a las comunidades autónomas españolas, por ejemplo, Bavaria, Sarre, Sajonia, Hessen, Berlín y Brandemburgo (Alemania), Valonia (Bélgica) o Cataluña (España).

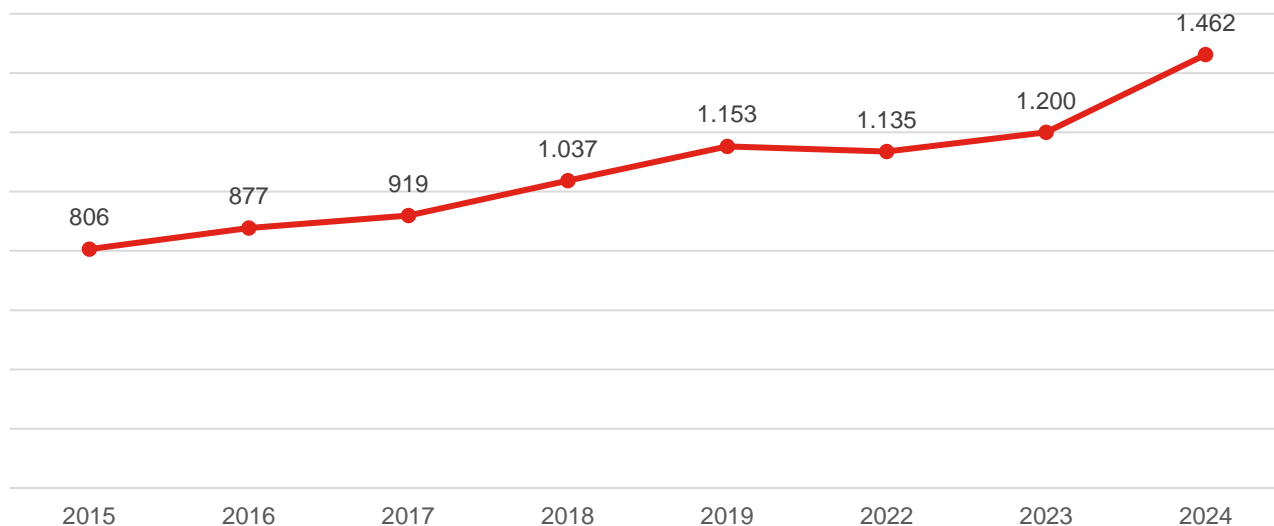
Por último, todo tipo de instituciones y asociaciones participaron en la feria, desde asociaciones de videojuegos nacionales como la alemana o la holandesa, a universidades (Universidad Aalto de Finlandia), e incluso ministerios federales alemanes. En la edición de 2024, la cifra total de expositores de los pabellones nacionales, regionales e institucionales asciende a 130.

2.4. Datos estadísticos de participación

En la edición de 2024 de Gamescom han participado un total de 1.462 empresas expositoras (21,83 % más que en la edición del 2023) procedentes de 64 países. Si bien la pandemia afectó negativamente el número de visitantes que asistió a la feria en las ediciones anteriores, el número de expositores no decreció, y continua su incremento año tras año. Por otro lado, el grado de internacionalización ha sido de 71 %, lo que demuestra que los expositores alemanes cada vez representan una cuota mayor en comparación con las empresas extranjeras. A pesar de la gran presencia alemana en la feria, este grado de internacionalización de los expositores es un claro indicador de la importancia del certamen a nivel global.

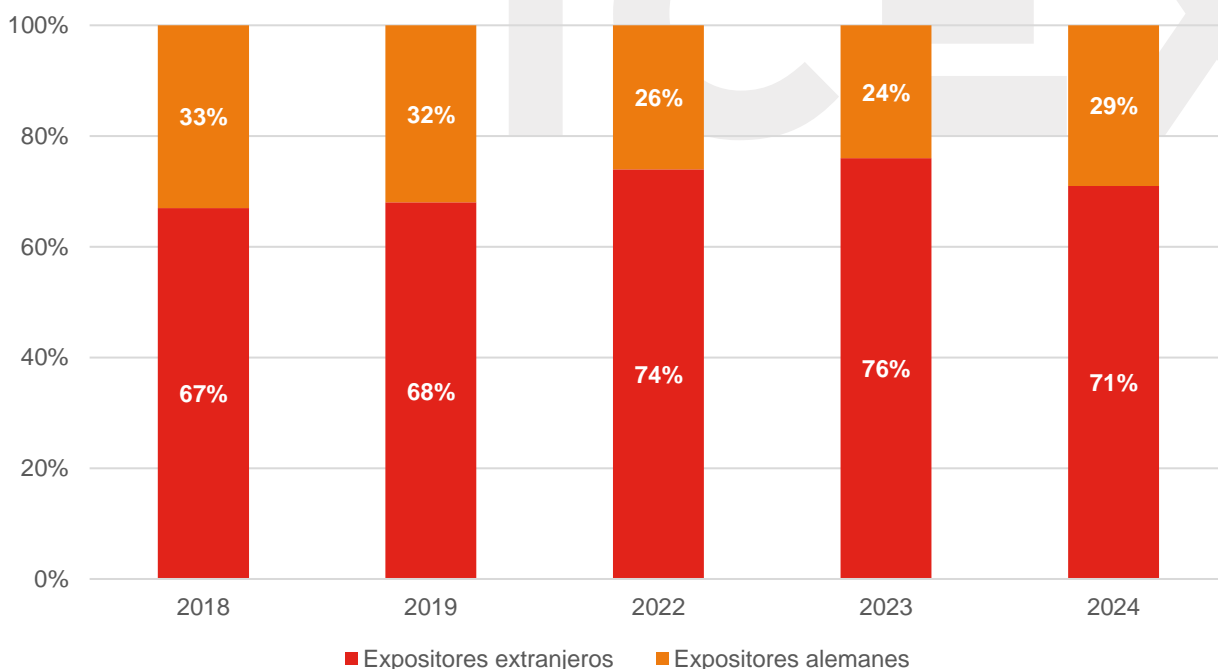


EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES



Fuente: Gamescom.

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS EXPOSITORES

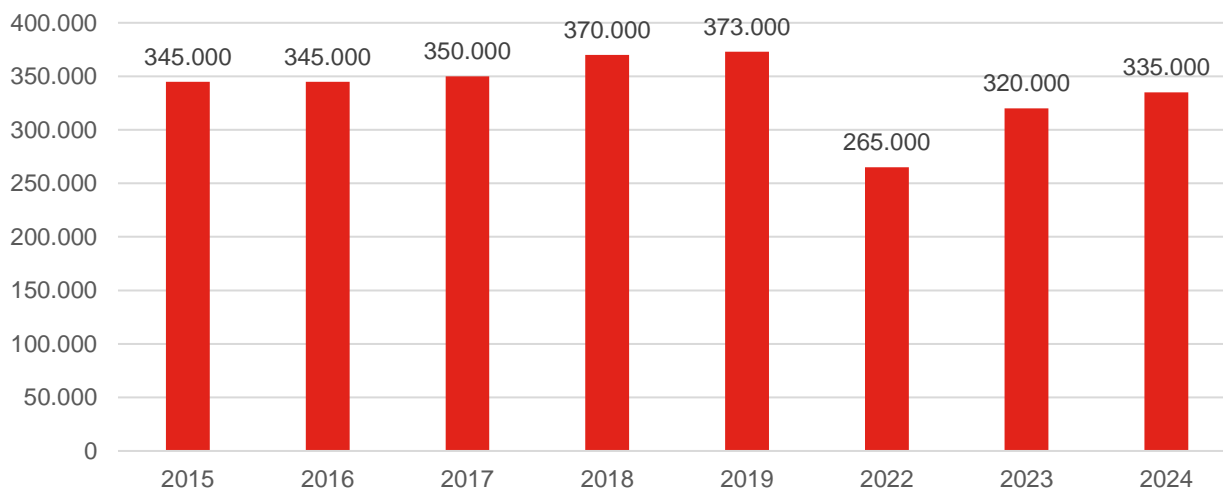


Fuente: Gamescom.

En total, han acudido 335.000 visitantes procedentes de 120 naciones, de los cuales 32.000 son visitantes profesionales. Esto supone un incremento del 4,69 % respecto a la edición anterior y del 26,42 % respecto a la edición de 2022, acercándose cada vez más a las cifras récord de las ediciones preandémicas del certamen.



EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Fuente: Gamescom.

A continuación, se muestra el *ranking* de países expositores con mayor presencia en la edición de 2024 de la feria. Se puede observar que 10 países pertenecen al continente europeo, 3 países al americano y 2 pertenecen al asiático. Alemania lidera la tabla con 430 empresas expositoras, seguida de Reino Unido y de Estados Unidos, mientras que España se posiciona en el cuarto puesto con 76 empresas expositoras.

RANKING DE EMPRESAS POR PAÍS

Ranking	País	N.º Expositores
1	Alemania	430
2	Reino Unido	121
3	Estados Unidos	96
4	España	76
5	Francia	64
6	Países Bajos	48
7	Polonia	43
8	Italia	43
9	Brasil	41
10	Canadá	36
11	Suecia	36
12	Corea del Sur	34



13	China	32
14	Suiza	30
15	Bélgica	25

Fuente: Gamescom.

2.5. Participación española

En total, 76 empresas españolas acudieron a esta edición del certamen s. De las 76 empresas, 60 asistieron de la mano de ICEX y formaron parte de los pabellones españoles ubicados en el área de *Business* (4.1), *Entertainment* (10.1) e *indie* (10.2). El número de empresas participantes de la iniciativa de ICEX ha incrementado casi un 40 % en comparación con el año 2023 (de 43 a 60 expositores).

EXPOSITORES ESPAÑOLES EN GAMESCOM 2024

Las empresas marcadas de rojo no pertenecen al Pabellón España.

Empresa	Pabellón
2Awesome Studio SL	10.2
Abylight SLU	4.1
Akiba Megastore S.L.	5.1/5.2
Artax Games SL	4.1/10.2
Baby Robot Games S. L	10.2
Blackmouth Games S.L.	10.2
Blade Representaciones SL	4.1
BlitWorks Publishing S.L.	4.1
Boreal Technology & Investments SL (OWO)	10.1
Brave Squad Games Studio SL	4.1
CANARY ISLANDS GAMES	4.1
Carles Martínez I Gallardo Mean Mink	4.1
Catalan Institute for Cultural Companies Catalan Arts Digital Culture	4.1/10.2
Chibig	10.2
Cosmic Spell S.L.	4.1
Damián Cáceres Bouzada	10.2
DEUSENS HYPERXPERIENCE SL	4.1
Digital Animals Game	10.2
ECAM	4.1
Endflame, S.L.	10.2
ENTALTO STUDIOS	10.2
FIRE EMBER GROUP S.L.	10.2



GameBCN	4.1
Gatera Studio	10.2
GGTech Entertainment	4.1
Ground Game Atelier S.L.	10.2
HP Printing & Computing Solutions SLU	2.2/7.1
Hungry Pixel, S.L.	10.2
ICEX España Exportación e Inversiones E.P.E.	4.1/10.1/10.2
JanduSoft S.L.	4.1
Jordi & Oslo	10.2
Leet pro services	4.1
LOC & CAPTURE SL	4.1
Localsoft, S.L.	2.2
Ludium Lab	4.1
Magic-Produ-Events, S.L.	4.1
Malapata Studdio	10.2
MCR-AGENCY	4.1
Melbot Studios S.L.	10.2
MERIDIEM GAMES SL	4.1/10.2
Metrobots Games S.L.	4.1
MR GADGET CB JAPAN STYLE	5.1
NINJU GAMES S. L	4.1/10.2
Omaet Games	4.1
ONCE Foundation	4.1
OrigenWW	4.1
Patrones y Escondites S. L	3.2/10.2
Pentakill Studios	10.2
Perfect Bliss S.L.	4.1
Perfect Sound SL	4.1
Perita Gamedev	2.1
Player to Player	4.1
Poison Pill Games SL	4.1
Raccoon Game Studio	4.1
RISING PIXEL, S.L.	4.1
ROLLDBOX GAMES, SL	4.1
SELECTAVISION S.L. U	10.2
Sensing Emotions and Knowledge Group SL	4.1
Stream Hatchet, S.L.	2.2
Synergy Games	4.1/10.2
Tellmewow Studios S.L.	4.1
Tesura Games S.L.	4.1
The Breach Studios	4.1

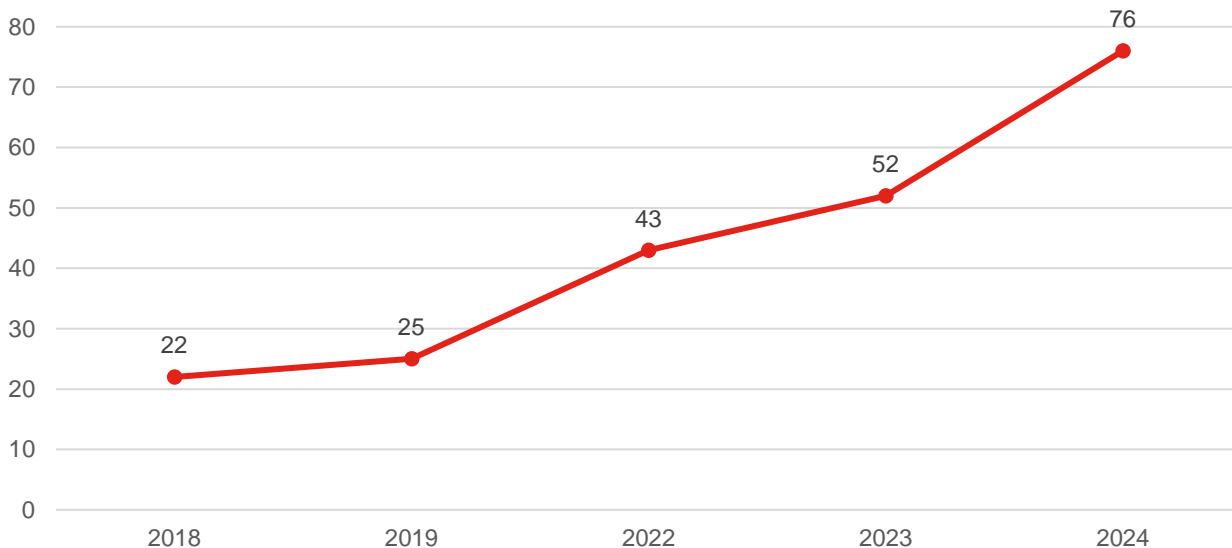


The Game Kitchen SLU	2.1/4.1
TOP ENTERTAINMENT AGENCY S. L	4.1
Troglobytes Games	3.2/4.1
UNDER THE BED GAMES SL	4.1
Unfinished Pixel, S.L.	3.2
Unreality S.L.	4.1
Uprising Studios	4.1
Vermila Studios, SL	4.1
Virtual Age Games	2.1/4.1
Viva Games, S. L	4.1
WEWOTION, S.L.	4.1
Woodo	10.2
Yesenia Vazquez Maneiro	10.2

Fuente: Gamescom.

Por último, se presenta en el siguiente gráfico la evolución de las empresas españolas expositoras. a la cifra total de empresas presentes en la feria en 2024 supone un crecimiento del 46,1 % en comparación con el año anterior y del 204 % en comparación con los datos de prepandémicos de 2019.

EVOLUCIÓN DE LA PRESENCIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS



Fuente: Gamescom

3. Actividades de promoción

ICEX y la Ofecomes de Düsseldorf organizan la participación de expositores españoles en un Pabellón España bajo la campaña *Games from Spain*. Como se ha mencionado en el apartado anterior, en esta edición, de las 76 empresas españolas que han participado en la feria Gamescom, un total de 60 lo han hecho bajo este paraguas. Las actividades de promoción realizadas, todas ellas diseñadas con el objetivo de atraer público a la oferta española y formar e informar a todos los visitantes, se han centrado en la organización de los Stands del Pabellón Español en las distintas áreas y en las actividades de publicidad en el recinto ferial.

La participación española contaba con tres *stands* diferenciados en función del público que acudía a las áreas de la feria. Por un lado, un *stand* de 240,25 m² localizado dentro del área *business* en el pabellón 4.1, que dio cabida a 47 empresas españolas. Por otro lado, un *stand* de 182 m² localizado dentro del área *indie* en el pabellón 10.2, que dio cabida a 16 empresas españolas con un total de 22 puestos de juego. Por último, un *stand* de 66,5 m², localizado en el área *entertainment* en el pabellón 10.1, donde se ubicaba la empresa OWO (Boreal Technology & Investments SL).

3.1. Publicidad en feria

Para informar a los visitantes sobre la localización de los *stands* en las distintas áreas de la feria y de promocionar la marca *Games from Spain*, se contrató publicidad en diferentes localizaciones del recinto ferial: carteles fijos en las ventanas del pasillo del pabellón 3 al 4 así como en la entrada del pabellón 10 y publicidad digital en forma de vídeo para los monitores LED de la entrada sur y para el boulevard céntrico que sirve de nudo de conexión entre la mayoría de los pabellones.

FOTOS DE PUBLICIDAD EN FERIA





Fuente: Gamescom.

3.2. Publicidad digital

Como novedad, se incluye un iPad en el mostrador informativo del área Business, accesible para los visitantes, con una presentación y breve descripción de cada una de las empresas participantes. Esta incluía información sobre la tipología de la empresa y las personas que asistieron a la feria.

Además, se contrata a la agencia de comunicación especializada en el sector de los videojuegos *JaleoPR* para la elaboración de una campaña de publicidad digital previa y posterior a la feria. Esta incluía la elaboración de publicaciones en las RRSS de Games from Spain sobre la participación en su conjunto y sobre cada empresa española.

3.3. Escenario Games from Spain

Adicionalmente, y como parte de la campaña llevada a cabo por *JaleoPR*, se elaboran y coordinan una serie de actividades para el escenario localizado en el *stand* del área *indie*. Para ello se ofrecieron *slots* a todas las empresas que contaban con un puesto de juego dentro de esta área, así como a las empresas que formaban parte de los otros dos *stands* del Pabellón Español, en función de la relevancia de sus proyectos y productos para el público internacional de la feria. El programa del escenario se puede ver a continuación:

CUADRO DE ACTIVIDADES DEL ESCENARIO

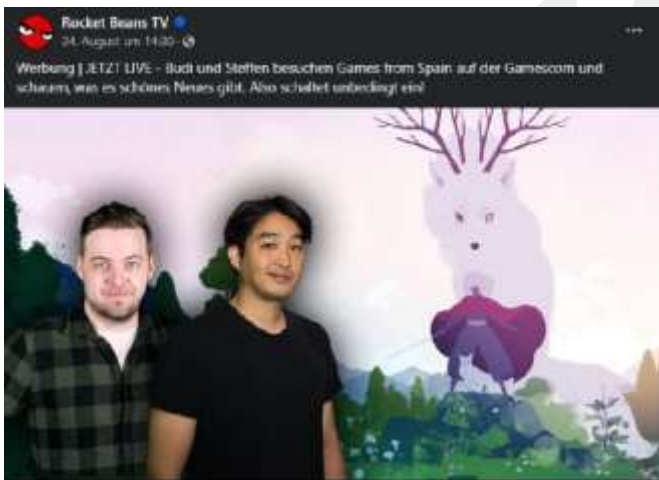
Games from SPAIN		ON STAGE ACTIVITIES 2024			gamescom
		HALL 10.2 / BOOTH E039			
	WEDNESDAY, AUGUST 21	THURSDAY, AUGUST 22	FRIDAY, AUGUST 23	SATURDAY, AUGUST 24	SUNDAY, AUGUST 25
10 - 11	(10:45) STAGE OPENING				
11 - 12	PRESS SHOWCASE (HOSTED BY ROCKET BEANS TV)		ROUND TABLE: COZY CON (WITH ROCKET BEANS TV)	(11:00) CRAFTING NEON BLOOD (11:30) DAEDALIC PRESENTS	
12 - 13	A PLACE TO RETURN TO: MIKA'S MAGICAL UNIVERSE	(12:15) ROUND TABLE: MAKING A FOLK GAME MARKETABLE	THOSE WHO CAME: LIVE DEMO	EWORLD: LIVE DEMO	
13 - 14	LUNCH TIME	LUNCH TIME	LUNCH TIME	LUNCH TIME	LUNCH TIME
14 - 15	GODSTV: PLAYING WITH THE BIG BOYS	DARK ATLAS: TRANSMEDIA STORYTELLING	DOMINATION: CHALLENGE THE DEVELOPERS!	TWO STRIKES TOURNAMENT: THE FINALS	WILD RUMBLE: THE FINALS
15 - 16	TESUNA GAMES: LET'S GET PHYSICAL	(15:30) CITADELUM: RISE OF AN EMPIRE	PROJECT ST: LIVE DEMO	THIS IS GAME'S FROM SPAIN (HOSTED BY ROCKET BEANS TV)	BUBBLE GHOST REMAKE CHAMPIONSHIP
16 - 17	EVERYBODY PLAYS WITH FUNDACIÓN ONCE	MADRID IN GAME: THE WORLD'S NEW VIDEO GAME CAPITAL	WONDER WARS: LIVE DEMO	OF LOVE AND WAR: WHAT ARE ROMANCES LIVE DEMO	
17-18		FORUM: THE PAST AND FUTURE OF INDIE DEVELOPMENT	TORMENTURE: LIVE GAMEPLAY	FEEL THE GAME WITH OWO	STAGE CLOSURE

Fuente: JaleoPR.

Por otro lado, se contó con la organización de 3 actividades en el escenario con Rocket Beans TV, empresa de entretenimiento dedicada a la producción de contenido multimedia enfocado a los videojuegos y a la tecnología y de gran reconocimiento en Alemania. Las actividades realizadas por Rocket Beans TV fueron las siguientes:

- *Press Showcase* – espacio moderado por el *influencer* PixelViet el miércoles 21 (día de prensa de la feria) en el que se mostraron pequeños videos tipo *trailer* de los 22 juegos disponibles en el área *indie*. Además, un total de 5 de las empresas españolas fueron entrevistadas en directo para ampliar información sobre sus videojuegos.
- *Round Table: Cozy Con* - mesa redonda moderada por el *influencer* suuN el viernes 23, en la que se debatió el concepto de los “cozy games” junto con 4 desarrolladores españoles.
- *This is Game From Spain - Streaming* en directo realizado el sábado 24 para el público general de la feria y de los canales de retransmisión de Rocket Beans TV moderado por Stefen Grziwa.

FOTOS DE LAS ACTIVIDADES DE ROCKET BEANS TV EN EL ESCENARIO Y PUBLICIDAD EN SUS RRSS



Fuente: elaboración propia; Rocket Beans TV.

3.4. Cóctel B2B Games from Spain

El jueves día 22 por la tarde se celebró un cóctel con productos de origen español en el área Business con el objetivo de reunir a las empresas españolas con clientes potenciales del sector. Cada una de las empresas que formaba parte del Pabellón Español recibió unas invitaciones a este evento, con el fin de que se las entregasen a los clientes que considerasen oportuno.

FOTOS DEL CÓCTEL



Fuente: elaboración propia.

4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

En la Gamescom 2024 se han presentado numerosas novedades y tendencias emocionantes en el mundo de los videojuegos. Entre los lanzamientos más destacados se encuentran: **Call of Duty: Black Ops 6**, **Monster Hunter Wilds** y **Diablo IV: Vessel of Hatred**. También han destacado títulos innovadores como **Squirrel With a Gun** o **Starship Troopers: Extermination**.

En cuanto a tendencias, se ha visto un enfoque en juegos con experiencias cooperativas, narrativa profunda y ambientaciones de ciencia ficción, además de un auge en juegos de mundo abierto y títulos postapocalípticos. En lo que a tendencias de estética respecta, destaca la ambientación retro y *píxel art*. A pesar de la tecnología avanzada, estos juegos siguen siendo populares, con una apreciación creciente por los gráficos y el diseño de juegos inspirados en los clásicos.

En conclusión, Gamescom 2024 no solo se centró en grandes franquicias, sino también en nuevos títulos independientes y mecánicas innovadoras que han capturado la atención de jugadores y críticos por igual.

4.2. Tendencias tecnológicas

La **realidad virtual (RV)** fue una de las tecnologías más destacadas del certamen. Las tendencias tecnológicas en RV están enfocadas en mejorar la calidad visual y la inmersión, con dispositivos más potentes, como gafas con resolución de 8K y procesadores avanzados. Además, el uso de la **inteligencia artificial (IA)** está ganando terreno, permitiendo la creación de personajes y mundos más realistas.

Otras innovaciones incluyen tecnologías **multisensoriales**, como **guantes hápticos**, y dispositivos que simulan otros sentidos para crear experiencias aún más envolventes. El despliegue del **5G** también está facilitando un acceso más amplio y una experiencia de juego sin interrupciones, lo que impulsa el crecimiento del mercado de la RV a un ritmo acelerado. De hecho, la mejora de la infraestructura 5G ha sido fundamental para el **streaming de juegos en la nube**. La nube sigue siendo una de las tecnologías clave para la industria del *gaming*, permitiendo que los jugadores accedan a títulos de alta calidad sin necesidad de hardware potente.

En resumen, Gamescom 2024 mostró un fuerte impulso para la realidad virtual, no solo en términos de nuevos juegos, sino también con avances en *hardware* y tecnologías complementarias que mejoran la inmersión y la interacción en los mundos virtuales.

4.3. Gamescom Awards 2024

El día 23 se entregaron premios en un total de 14 categorías distintas. Los videojuegos y compañías premiadas fueron las siguientes:

Categoría	Premiado
Best Visuals	Little Nightmares 3
Best Audio	Little Nightmares 3
Best Gameplay	Frostpunk 2
Most Entertaining	Monster Hunter Wilds
Most Epic	Monster Hunter Wilds
Most Wholesome	Tavern Talk
Games for Impact	Creatures of Ava
Best Microsoft Xbox Game	Little Nightmares 3
Best Sony PlayStation Game	Monster Hunter Wilds
Best Mobile Game	Genshin Impact
Best Trailer	Monster Hunter Wilds
Best of Show Floor	Microsoft Xbox / Bethesda / Blizzard
HEART OF GAMING Award	Games protect democracy
Gamescom sustainability award	Tencent Games

Fuente: Gamescom.



5. Valoración / Testimonios de las empresas participantes

Los expositores españoles coinciden en la gran relevancia que supone Gamescom para su estrategia de internacionalización, pues es la principal feria mundial del sector y a ella acuden los actores más relevantes del sector procedentes de todo el mundo. Además, los pronósticos auguran un incremento de participación y de visitantes en las futuras ediciones, lo que demuestra la importancia del certamen para los diversos profesionales de la industria.

Respecto a la ubicación del evento, destaca su cercanía con España, conllevando a una menor inversión por parte de las empresas en comparación con los otros grandes certámenes del sector que se celebran en Estados Unidos o Japón. Como muchas pequeñas empresas no pueden permitirse acudir a tales ferias, Gamescom es sin duda el evento más importante para ellas.

Gran parte de las empresas españolas expositoras ya habían acudido a la feria en ocasiones anteriores, y consideran que Gamescom es una cita obligatoria, por tratarse del principal punto de encuentro con sus clientes internacionales y la mejor vía para captar a nuevos clientes o inversores. La satisfacción de las empresas que participaron en Gamescom fue notablemente positiva, destacando principalmente la organización del evento y las oportunidades de negocio que se ofrecieron. Los participantes calificaron la logística y la calidad de los espacios como "buena" o "excelente", subrayando la facilidad en los procesos de registro, la distribución de los stands y la atención del personal del evento. Las empresas también elogiaron la plataforma digital de MeetToMatch para la gestión de reuniones y el *networking*, lo que facilitó la creación de conexiones comerciales efectivas. Estos aspectos fueron clave para el éxito de las actividades dentro de la feria, lo que generó un ambiente profesional y productivo.

6. Anexos

6.1. Servicios dentro del recinto ferial

- Servicios de *catering* y restauración
- Zonas de descanso
- Puntos de información y asistencia
- Tiendas y *Merchandising*
- Áreas de *Networking*

6.2. Recomendaciones

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en cualquier feria alemana:

a) Antes de la exposición en la feria:

Realice un **mailing** previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand* (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa alemana les pueda localizar). El *mailing* debería realizarse con dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta. Los visitantes generalmente tienen poco tiempo en la feria y van con las agendas cerradas, por lo que para conseguir captarles se ha de actuar con planificación. Puede solicitar un listado de potenciales clientes que se ajusten a su perfil a la Oficina Comercial, para ello describa sus productos y aporte información sobre su nivel de precios, volúmenes de fabricación y ventas, experiencia en exportación etc.

Haga un **seguimiento** del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la feria, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.

Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales (horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).



Solicite **información sobre el sector** de interés: hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán.

Adquiera el **catálogo de la feria** contactando con la organización ferial correspondiente y utilícelo para seleccionar las empresas que puedan ser de su interés: empresas alemanas como potenciales clientes, empresas de otros países que sean competidores reales, empresas españolas ya en el mercado.

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas.

Organice con suficiente antelación su **estancia** en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel, asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

b) Durante la feria:

Consejos generales para las **entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.

Observación del **material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en la feria. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios FOB/CIF, especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).

Observación del **producto y los precios de la competencia**: Observe sobre todo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

Si tiene la posibilidad, al **visitar los expositores españoles**, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán



las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Recoja la **información** gratuita del servicio de prensa de la organización ferial (si no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se lo envíen a la empresa). Esta información suele referirse a la coyuntura del sector en el país, a las novedades presentadas en la feria y a la participación (nacional e internacional) en la misma.

Diríjase a los **stands de las publicaciones profesionales** y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad).

También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Diríjase igualmente a los **stands de las asociaciones sectoriales**. Éstas suelen editar también, con motivo de la feria, *dossier* de información sectorial de tipo coyuntural, así como de la estructura de la industria. Puede que distribuyan folletos de presentación en los que pueden ser de interés los servicios que ofrecen a sus asociados (servicio de contactos, requisitos legislativos, normativa de contratación de agentes comerciales) así como un listado actualizado de los asociados.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes **canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

c) Después de la feria:

Cuide los **contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y **analice la información** conseguida para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, *dossier* de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite **información complementaria** a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su **estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y, pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. Proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

6.3. Direcciones de interés

- [Página web de la feria](#)
- [Instrucciones de llegada a la feria por tren, avión o transporte público](#)
- [Listado de expositores](#)
- [Servicios de prensa de la feria](#)
- [Asociación Española del Videojuego](#)
- [Asociación Alemana del Videojuego](#)

6.4. Fotos adicionales del evento



Fuente: elaboración propia.

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones