



INFORME
DE FERIA

2025



ISM / Internationale Süßwarenmesse

Colonia

2-5 de febrero de 2025

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

7 de febrero de 2025
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Daniel Erro Tajadura

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: 224250247



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	7
2. Descripción y evolución de la Feria	8
2.1. Datos estadísticos de participación	9
2.1.1. Expositores	9
2.1.2. Visitantes	11
2.2. Participación española	12
3. Tendencias y novedades presentadas	14
3.1. Novedades presentadas	14
3.2. Tendencias	16
4. Valoración	17
4.1. Del evento en su conjunto	17
5. Anexos	19
5.1. Estadísticas de comercio exterior	19
5.2. Transporte (a y desde la feria)	20
5.3. Servicios dentro del recinto ferial	20
5.4. Recomendaciones	20
5.5. Direcciones de interés	23





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

ISM / INTERNATIONALE SÜßWARENMESSE

Ámbito:	Internacional
Fecha:	02/02/2025 – 5/02/2025
Edición:	55. ^a
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Recinto Ferial de Colonia (Alemania)
Horario de la feria:	Para expositores: de 08:00 a 19:00 horas (2, 3 y 4 de febrero) de 08:00 a 17:00 horas (5 de febrero) Para visitantes: de 09:00 a 18:00 horas (2, 3 y 4 de febrero) de 09:00 a 16:00 horas (5 de febrero)
Precio de la entrada:	Pase de un día 83 € (IVA incluido) Pase de dos días: 99 € (IVA incluido) Pase para toda la feria: 129 € (IVA incluido)



Medios de transporte: Tren (alta velocidad, regional e interurbano S6, S11, S12 Y S13), autobús (líneas 250 y 260), tranvía (líneas 1, 3, 4 y 9): paradas en la propia feria (Köln Messe/Deutz).

Aeropuertos cercanos: Colonia/Bonn (S13 directo a la feria cada 20 minutos) y Düsseldorf.

Coche: Salida directa al recinto ferial por autopistas A3 y A4.

La entrada a la feria concede derecho a utilizar de forma gratuita los medios de transporte públicos de la región de Colonia.

Director / Organizador: Köln Messe GmbH
Messeplatz 1
D-50679 Colonia
Alemania
Teléfono: (+49) 221 821 – 0
Telefax: (+49) 221 821 – 2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Superficie: 100.000 m²

Servicios incluidos: Inserción en el catálogo de expositores y en la página web de la feria, servicio de correo electrónico, inserción en el directorio de productos de la feria.

Servicios ofrecidos: Aparcamiento, salas de ordenadores, centro de atención al expositor, centro de atención al visitante, centro de atención a la prensa internacional, sala de prensa, gestión de construcción, centro de construcción de *stands*, centro de reservas hoteleras, oficina bancaria, oficina de Lufthansa, guardería de día, intérpretes y fotógrafos.

Información sobre servicios ofrecidos:

Oficina de Direktmarketing
Teléfono: +49 180 5 20 4220
E-mail: ism@visitor.koelnmesse.de

ISM Press Team
Phone: +49 176 2017 8715
E-Mail: presse@ism-cologne.de



Carácter: Exclusivamente profesional

Tipo de visitantes: Visitantes profesionales del comercio mayorista y minorista, entre los que se encuentran:

- Mayoristas de productos de alimentación y bebidas
- Importadores y cooperativas de compras
- Cadenas comerciales y sus sucursales regionales
- Centrales de compras del canal Impulso (gasolineras o tiendas 24h)
- Empresas de *catering*
- Grandes superficies
- Empresas de *Cash & Carry*
- Mayoristas de artículos de confitería
- Mayoristas de panadería/pastelería
- Cadenas de droguería
- Supermercados y grandes almacenes
- Tiendas especializadas en artículos de confitería
- Nutricionistas

Fecha de la próxima edición:

01/02/2026 - 04/02/2026

Otras ferias relacionadas:

- **ProSweets**
A la par que la ISM y en el mismo recinto.
Próxima edición en las mismas fechas que la ISM
<https://www.prosweets.com/>
- **ISM Japan**
Próxima edición: 15 - 17 de abril de 2025.
<https://www.ismjapan.com/>
- **ISM Middle East**
Próxima edición: 15 - 17 de septiembre de 2025
<https://www.yummex-me.com/>
- **ANUGA**
Feria alemana de alimentación general con un amplio surtido de productos del sector del dulce y *snacks*.
Próxima edición: 4 - 8 de octubre de 2025.
<https://www.anuga.com/>



1.2. Sectores y productos representados

Los sectores con productos presentes en la ISM son los siguientes, según sus códigos TARIC:

- **08.02** Frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
- **17.04** Artículos de confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco.
- **18.06** Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.
- **19.05** Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao, hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas y productos similares.
- **20.05.20** Patatas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar.
- **21.05** Helados, incluso con cacao.

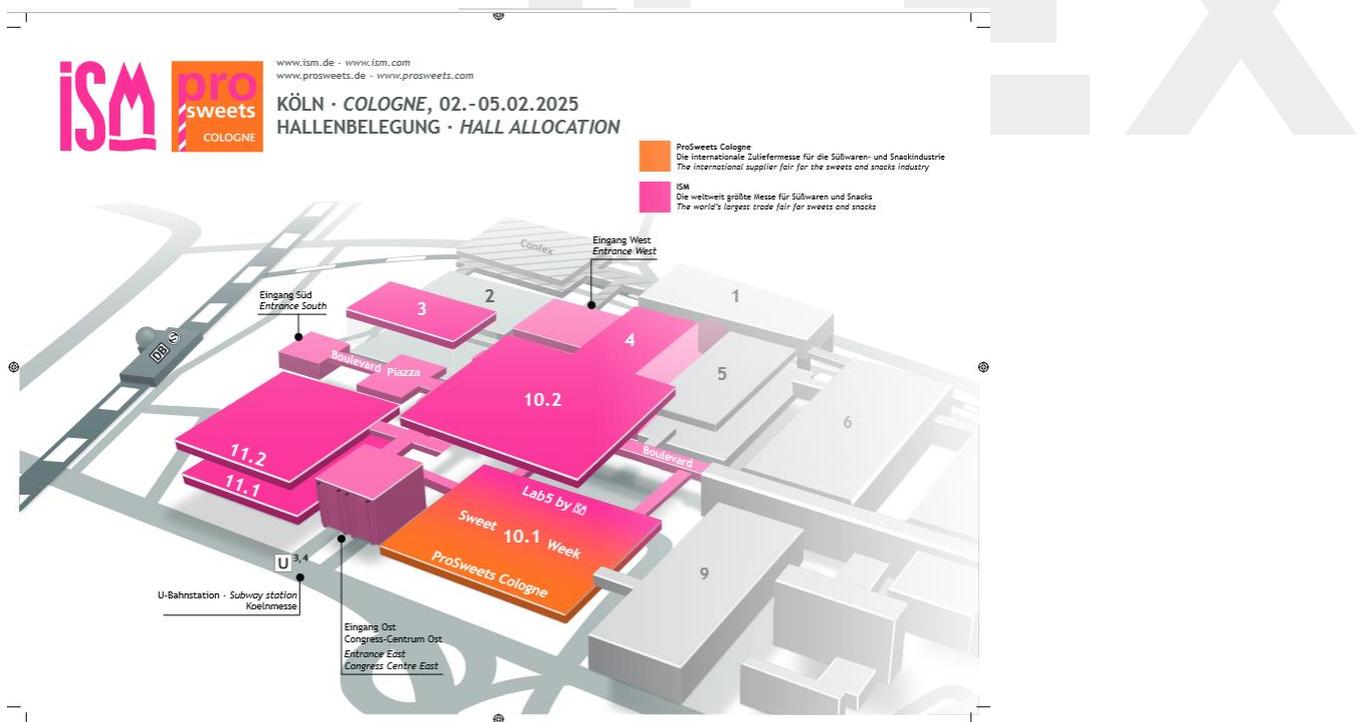
icex

2. Descripción y evolución de la Feria

La 55.ª edición de la Feria Internacional de Confitería (ISM) se ha celebrado en Colonia (Alemania) del 2 al 5 de febrero de 2025. Como cada año, el evento ha servido de punto de encuentro para presentar nuevos productos y explorar e intercambiar opiniones acerca de las últimas tendencias y las perspectivas de futuro del sector.

En su calidad de feria líder en el sector del dulce, la oferta presentada en la presente edición ha incluido los segmentos de chocolate y productos de chocolate, artículos de confitería, galletas, aperitivos, aperitivos de moda (*trend-snacks*), dulces naturales, *snacks* para el desayuno, helados, confitería congelada/ pastas crudas y otros productos.

En esta edición, la feria ha ocupado los pabellones 3, 4, 10 y 11 del recinto ferial de Colonia. La superficie bruta de exposición ha alcanzado los 100.000 m². En la siguiente imagen se muestra la distribución de la feria por pabellones:



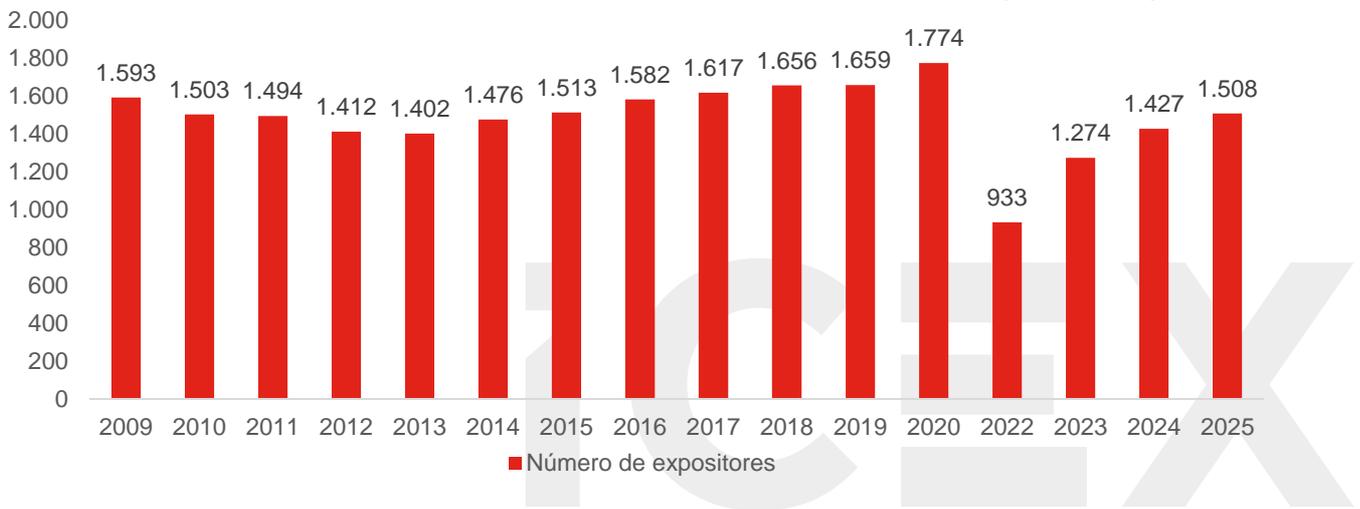
Fuente: ISM 2025.

2.1. Datos estadísticos de participación

2.1.1. Expositores

En esta edición, el número de expositores ha experimentado un aumento con respecto a la última edición celebrada en el año 2024. Este año han participado 1.508 empresas expositoras de 70 países diferentes. La participación ha aumentado un 6 % en comparación con la ISM 2024.

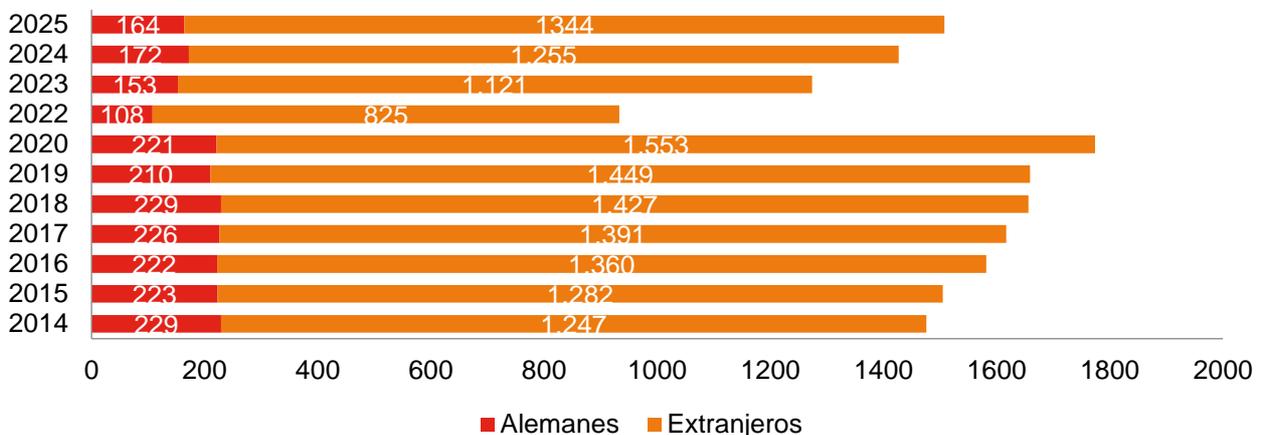
GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES EN LA ISM (2009-2025)



Fuente: ISM 2025.

El 88 % de los expositores de la ISM 2025 ha procedido del extranjero: en concreto, han participado un total de 164 empresas alemanas (8 menos que en 2024) y 1.344 extranjeras procedentes de 69 países (89 expositores más que en la edición anterior).

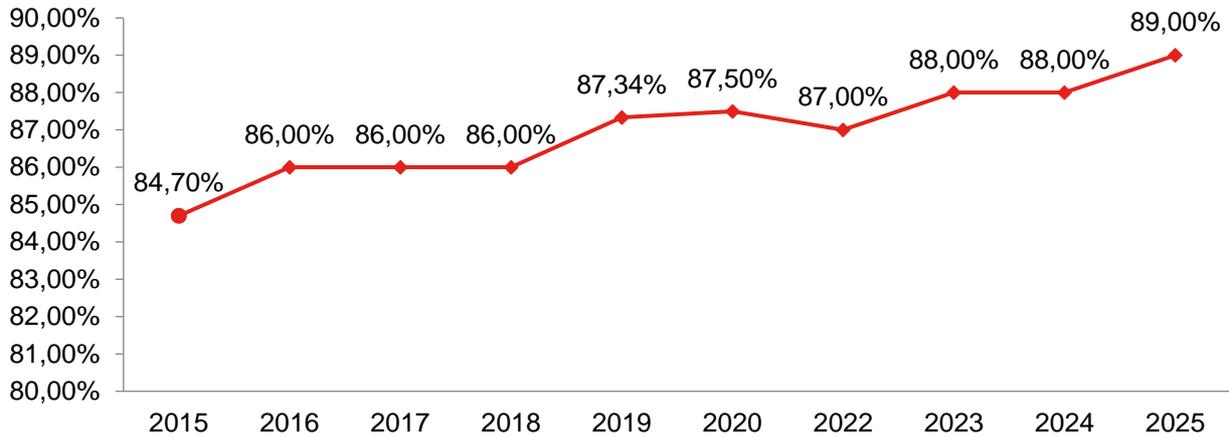
GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN EXPOSITORES ALEMANES Y EXTRANJEROS (2014-2025)



Fuente: ISM 2025

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN PARTICIPACIÓN EXTRANJERA (2015-2025)

Cuota en % sobre el número total de expositores



Fuente: ISM 2025.

Por países, las mayores participaciones en la ISM 2024 han correspondido a Alemania, Italia, Bélgica, China, España y Turquía: con 164, 150, 139, 105, 101 y 98 empresas expositoras respectivamente. La siguiente tabla muestra la evolución de la participación de los principales países durante las últimas tres ediciones de la feria. Polonia, China y España son los países que más han aumentado el número de expositores en comparación con la edición del 2024, mientras que Francia, Alemania, Países Bajos y Bélgica han reducido su participación.

TABLA 1: PRINCIPALES PAÍSES POR NÚMERO DE EXPOSITORES

País	Expositores 2025	Expositores 2024	Expositores 2023	Evolución 2024/2025
Alemania	164	172	154	- 4,64 %
Italia	150	138	135	+ 8,7 %
Bélgica	139	142	134	- 2,11 %
China	105	91	47	+ 15,382 %
España	101	89	95	+ 13,48 %
Turquía	98	94	79	+ 4,26 %
Países Bajos	81	83	75	- 2,41 %
Polonia	76	57	52	+ 33,33 %
Reino Unido	72	67	48	+ 7,46 %
Francia	52	63	53	- 17,46 %

Fuente: ISM 2025.

Respecto a la diversificación por áreas de actividad, la mitad de los expositores que han participado en la ISM 2024 provienen de los sectores del cacao y productos de chocolate (21 %) y de la confitería de azúcar (25 %). También ha habido una alta participación del sector de la repostería fina (14 %) seguidamente de los aperitivos (15 %) y *trend snacks* y *snacks* naturales (12 %), así como también de otros *snacks*, dulces y aperitivos sin azúcar (8 %), nótese que la feria ha catalogado éstos últimos atendiendo a su formato de consumo.

GRÁFICO 4: SEGMENTOS DE OFERTA DE LOS EXPOSITORES



Fuente: ISM 2025.

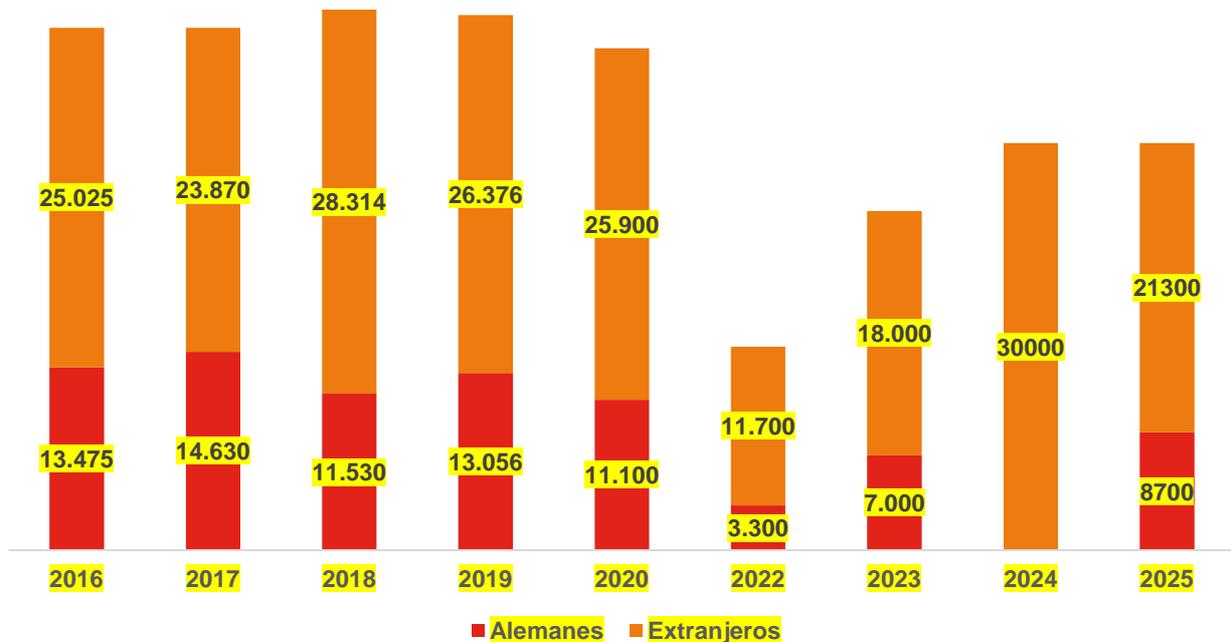
La exposición de maquinaria y equipamiento para el sector del dulce ProSweets, la cual se celebra a la par que la ISM, ha acogido a 257 expositores de 32 países diferentes. En la edición anterior de ProSweets, celebrada en 2023, participaron 115 expositores de 22 países y en la edición anterior, celebrada en 2022, participaron 119 expositores de 23 países.

2.1.2. Visitantes

Respecto a los datos de visitantes, la feria ha atraído a más de 32.000 visitantes de 135 nacionalidades, una cifra superior a los 30.000 visitantes de 2024, los 25.000 de 2023 y los 15.000 de 2022.

La organización ferial no ha facilitado los datos de procedencia de los visitantes extranjeros para la edición del 2025 de la feria, aunque ha comunicado que más del 70% de los visitantes son extranjeros. Los países que han contado con más visitantes han sido Bélgica, Gran Bretaña, Italia, Países Bajos y España. Fuera de Europa, el mayor crecimiento se ha registrado en Israel, México y Rumania.

GRÁFICO 5: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES (DESDE 2016 HASTA 2025)



Fuente: ISM 2025.

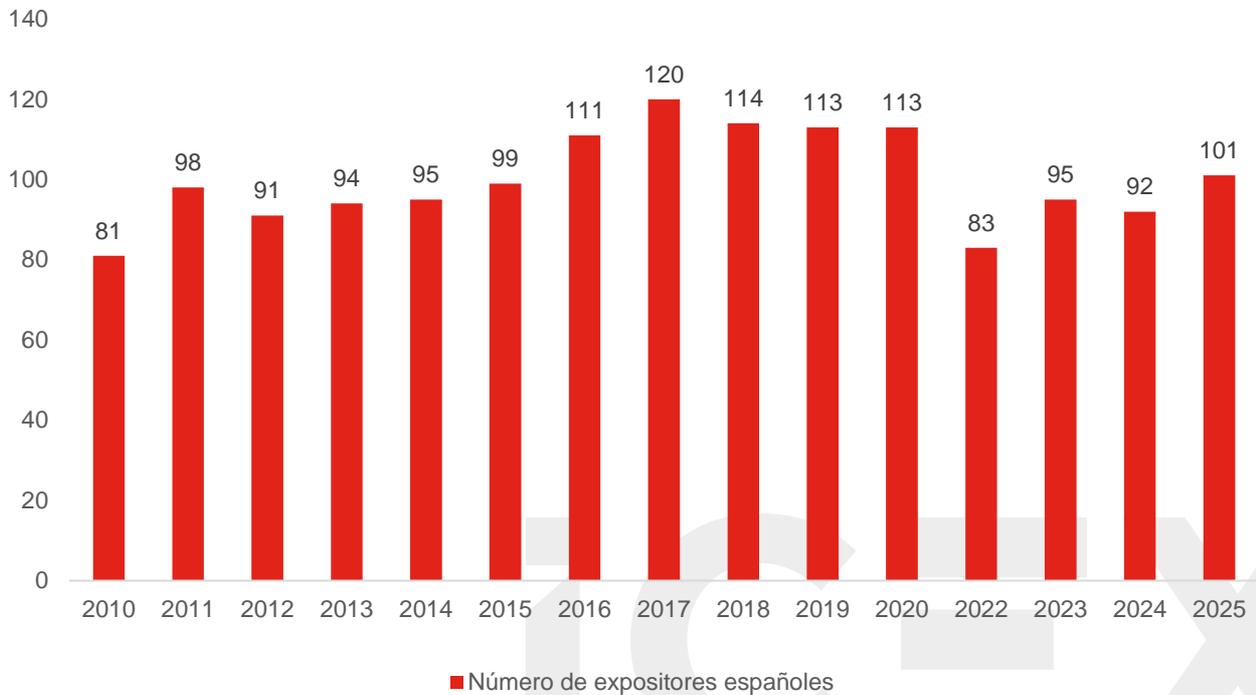
Por otro lado, cabe destacar que los visitantes de la ISM son únicamente profesionales del sector. La mayoría de ellos son mayoristas y fabricantes, así como comerciantes minoristas o de tiendas especializadas.

2.2. Participación española

Un total de 101 empresas españolas han expuesto sus productos en el recinto ferial de la ISM en 2025. En la edición de 2024, participaron un total de 92 empresas españolas, por lo tanto, se ha registrado un aumento de 9,78 % en la participación.

España es el quinto país con mayor representación de expositores en ISM Colonia 2025. Alemania es el país con el mayor número de expositores (159), seguido de Italia (148), Bélgica (139), China (105) y España (101), Países Bajos (81), Polonia (74), Gran Bretaña (69), Francia (52) y Grecia (46).

GRÁFICO 6: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES EN LA ISM



Fuente: ISM 2025.

Durante la edición del 2025, el ICEX ha organizado por 47.^a edición consecutiva un Pabellón Oficial en la feria ISM, el cual se ha situado en el pabellón 11.1 (ocupando el Pabellón Oficial una superficie bruta de 845,25 m² y que ha contado con la participación de 46 empresas españolas. Las 45 empresas españolas restantes han participado en la ISM con *stands* gestionados por iniciativa propia o en una participación agrupada. En la feria ha estado presente una participación agrupada de 7 empresas de la CCAA Cataluña, organizada por Prodeca y localizada en el mismo pabellón 11.1.

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Novedades presentadas

Uno de los puntos fuertes de la ISM es su capacidad de aglutinar las novedades y tendencias en los sectores representados. Ello se lleva a cabo mediante eventos y presentaciones de productos, destacando: en el *boulevard* del recinto ferial, la ISM organiza el concurso “New Product Showcase”.

En dicha exposición, diferentes empresas exponen sus ideas y productos más innovadores. Un jurado independiente formado por expertos de la industria, comerciantes y científicos selecciona los tres productos más innovadores. Los premiados en la edición del 2025 han sido los siguientes: el primer puesto se ha concedido al producto Yummy Super Sour Candy Paper (de Primus Wafer Paper BV), el segundo a Pulp ‘n Choc fruity mix (de Confiserie Vandenbulcke) y el tercer premio para WO’s (de Barth Ltd.).

TABLA 2: NOVEDADES PREMIADAS EN LA ISM 2025

Posición	Producto	País de origen	Descripción
1º		Países Bajos	Yummy Super Sour es un producto único que se derrite directamente en la boca dejando una explosión de sabor agrio a manzana o limón sin todas las calorías ni los típicos residuos de goma habituales. Están disponibles como producto envasado para el consumidor, pero también están disponibles en etiqueta privada a pedido.
2º		Bélgica	Cada chocolate contiene pulpa de cacao reciclada, un subproducto infrautilizado, mezclada con sabores de frutas naturales como limón, naranja y fresa. Este enfoque único no sólo resalta los matices frescos y afrutados del cacao, sino que también apoya los esfuerzos ecológicos y ofrece una compensación <u>mas</u> justa a los productores del cacao.
3º		Israel	Bocadillos saludables y crujientes elaborados con legumbres ricas en nutrientes. Estos bocadillos llenos de fibra y sin gluten están cargados de proteínas de origen vegetal y bondades naturales. Ofreciendo un equilibrio perfecto entre sabor y nutrición. Disponible en una variedad de tamaños, pesos y formas, perfecto para todos los momentos de la merienda.

Fuente: ISM 2025.



Otra actividad reseñable en la feria es la entrega del Premio ISM. El premio reconoce las contribuciones extraordinarias al desarrollo de la industria de la confitería y los aperitivos.

En esta edición, el galardonado ha sido el Sr. Ulrich Zuenelli, a quién se entregó el 12.º premio ISM durante una cena privada. Este premio le galardona por su larga trayectoria en el mercado internacional del dulce, a la par de una contribución muy extensa al desarrollo de la ISM.

Los ganadores en las ediciones anteriores fueron: Ekachai Savetsomphob (Sino-Pacific, Tailandia) Majlen Fazer (Fazer), Luigi Zàini (Luigi Zaini, Italia), Patrick Poirrier (Cémoi, Francia), Hermann Bühlbecker (Grupo Lambertz, Alemania), Dylan Lauren (Dylan's Candy Store, EE. UU.), Gota Morinaga (Morinaga & Co. Ltd., Japón), James N. Walker (Walkers Shortbread, Gran Bretaña), Felix Richterich (Ricola AG, Suiza) y Hermann Goelitz Rowland Sr. (Jelly Belly Candy Company, EE. UU.).

Por otra parte, se ha otorgado el Premio del Consumidor ISM. En esta edición 2025 se eligieron 10 productos en función de criterios como calidad, precios y satisfacción del cliente. El martes por la tarde se decretó el ganador: Treets Chunchy Corn VEGAN Chovia.

Además, han tenido lugar conferencias sobre los diferentes desafíos actuales para la industria de la confitería que han congregado a proveedores, fabricantes y minoristas en el Expert Stage.

Algunos de los temas tratados han sido:

- **Tendencias de consumo y productos**, incluidas las de las empresas de investigación de mercado Innova Market Insights y Euromonitor International
- **Ideas de productos innovadoras e inteligentes** de alrededor de 20 *start-ups* internacionales presentadas en el escenario
- **Soluciones de transformación digital y *marketing*** para la industria de dulces y *snacks* transmitidas por expertos
- Entrega del Premio ISM Consumer 2024

El programa del Expert Stage fue comisariado en estrecha colaboración con [ProSweets Cologne](#).

3.2. Tendencias

La presencia de productos sanos, naturales y sostenibles ha destacado en la última edición de la ISM. Las novedades presentadas, tanto si se trata de productos basados en vegetales, de productos con efectos adicionales saludables o con efectos energéticos, se adaptan a las exigencias demandadas por los consumidores. Entre las nuevas propuestas presentadas en el segmento de "Snacks de tendencia y snacks naturales" destacan:

- Tendencias en aperitivos de todo el mundo
- Creaciones innovadoras de aperitivos

Dentro de la línea de *snacks* las tendencias son:

- Aperitivos de frutas y verduras
- Aperitivos de carne
- Aperitivos de pescado
- Otros aperitivos salados
- Productos veganos
- Batidos
- Barritas energéticas y deportivas
- Aperitivos energéticos
- Productos con pistacho



Y entre los *snacks* naturales:

- Productos sin aditivos
- *Snacks* a base de proteína vegetal

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

El sector del dulce y *snacks* se ha vuelto a reunir en sus fechas habituales en el marco de la 55.ª edición de la Feria Internacional de Confitería (ISM) en Colonia, Alemania. La ISM 2025, celebrada desde el 2 hasta el 5 de febrero, ha contado con un total de 1.508 expositores procedentes de 70 países y más de 32.000 visitantes de 135 países. Si bien la participación ha sido inferior a la de las ediciones prepandemia, los expositores de esta edición se han mostrado relativamente satisfechos con los resultados comerciales obtenidos; en concreto, los expositores han destacado la calidad de los contactos comerciales efectuados en la feria. La mayoría de los expositores hablan de un aumento de la calidad media de los contactos con comparación a las ediciones prepandemia.

Como resumen valorativo, se puede concluir que los expositores españoles han valorado la plataforma internacional que ofrece ISM para establecer relaciones comerciales de interés con compradores de carácter internacional, en un contexto de un incremento de los costes de las materias primas, de la energía y del transporte.

Participación española y otros países competidores:

Un total de 101 empresas españolas han participado en la ISM 2025, de las cuales 46 se han acogido al pabellón oficial de ICEX. Este año, España consolida la quinta posición en cuanto al número de empresas expositoras por detrás de Alemania (159 empresas), Italia (148 empresas), Bélgica (139 empresas) y China (105 empresas). Al igual que en el caso español, muchas de las respectivas empresas han acudido en participación agrupada a través de sus respectivos pabellones oficiales.

Las empresas españolas han respondido al reclamo del enorme escaparate internacional que supone la ISM para dar a conocer y promocionar sus productos. Los principales motivos de asistencia a la cita de gran parte de los expositores han sido: dar a conocer su producto en un entorno profesional e internacional, conocer más acerca de las tendencias y características del mercado, generar vínculos que ayuden a fortalecer su estrategia internacional y, sobre todo para los más asiduos participantes en anteriores ediciones, utilizar la feria como punto de reunión con clientes ya existentes.

Las empresas participantes españolas han valorado la feria por su proyección internacional y la calidad de los contactos que realizan en ella. Varias empresas han manifestado, al igual que en otras ocasiones, que Alemania no es su mercado prioritario por la fuerte competencia que existe en



el país, entre otros motivos. En general, las empresas españolas están operando en un amplio abanico de mercados exteriores, destacando las relaciones comerciales con países de Hispanoamérica, de Oriente Medio y Oriente Lejano.

icex

5. Anexos

5.1. Estadísticas de comercio exterior

Los sectores con productos presentes en la ISM son los siguientes, según sus códigos TARIC:

- **08.02** Frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados.
- **17.04** Artículos de confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco.
- **18.06** Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.
- **19.05** Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao, hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas y productos similares.
- **20.05.20** Patatas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar.
- **21.05** Helados, incluso con Cacao

TABLA 3: EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PRODUCTOS TARIC RESEÑADOS (MILES DE €)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Mundo	2.735.997,49	3.089.965,56	2.961.141,05	3.440.518,23	4.058.717,65	4.608.433,94	4.277.390,24
Alemania	264.116,68	293.268,55	277.108,03	311.878,04	367.620,13	402.280,08	369.213,59
Alemania del total	9,65 %	9,49 %	9,36 %	9,07 %	9,06 %	8,77 %	8,63 %

Fuente: Estacom, datos 2024 disponibles hasta octubre.

TABLA 4: EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PRODUCTOS TARIC RESEÑADOS (TONELADAS)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Mundo	987.753,86	1.071.121,06	1.053.675,06	1.182.330,90	1.249.601,65	1.265.413,89	1.164.420,7
Alemania	70.303,78	75.587,15	71.114,02	82.559,45	91.426,71	93.187,91	91.441,43
Alemania del total	7,12 %	7,06 %	6,75 %	6,99 %	7,32 %	7,36 %	7,85 %

Fuente: Estacom, datos 2024 disponibles hasta octubre.

5.2. Transporte (a y desde la feria)

- [Instrucciones de llegada a la feria, por tren, avión o transporte público](#)
- [Plano de transporte público](#)
- [Plano por carretera](#)

5.3. Servicios dentro del recinto ferial

- Servicios de *catering* y restauración
- Zonas de descanso
- Puntos de información y asistencia
- Tiendas y *merchandising*
- Áreas de *networking*

5.4. Recomendaciones

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

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.

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.

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.



5.5. Direcciones de interés

- [Página web de la feria](#)
- [Listado de expositores](#)
- [Servicios de prensa de la feria](#)
- [Datos ISM 2025](#)

ICEX

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