

España tiene una clara ventaja como plataforma de acceso a los mercados latinoamericanos

D. Jörg Von Netzer, Nacido en Hannover (Alemania). Cursó estudios en el Colegio Alemán de Maracaibo (Venezuela) y de Washington D.C. para posteriormente obtener el bachillerato en el Wesley College de Dublín. Es licenciado en Económicas por la Universidad alemana de Marburg y ha desarrollado su trayectoria profesional dentro de la Industria alemana del sector textil, de la fibra química o sintética y del gas licuado.

Desde 2004, es responsable de Comercio Exterior para el Estado federado de Hesse dentro de la Asociación alemana de la PYME.



Jörg Von Netzer

La Asociación Alemana de las Pequeñas y Medianas Empresas (BVMW) fue creada en Bonn en 1975. Es una organización políticamente neutral, que comprende todas las pequeñas y medianas empresas (PME) y pequeñas y medianas industrias (PMI) de todas las ramas y profesiones. La BVMW ofrece numerosos servicios a sus miembros, defendiendo sus intereses ante los partidos políticos, la administración, los sindicatos y las grandes empresas, a nivel local, regional e internacional.

Javier Paredes

Alemania es el 2º socio comercial de España, con cerca del 11% de nuestras ventas al exterior. En el primer semestre nuestras exportaciones a este país crecieron un 7,4%, respecto a idéntico periodo del año anterior. ¿Qué perspectivas ofrece el mercado alemán de cara al año 2013?

Según las previsiones del consejo económico asesor del Gobierno alemán, conocido como los *Cinco Sabios* o *Fünf Weisen*, el paro en Alemania experimentará, durante 2013, una ligera subida. Es decir, la cuota de paro actual, estimada en un 6,8%, aumentará en 2013 hasta un 6,9%, tal y como indican aquellos cinco grandes economistas alemanes.

En lo que respecta a la tasa de crecimiento anual de la economía alemana en 2013, el consejo formado por los "Cinco Sabios" calcula que será del 0,8%, mientras que el Gobierno federal, liderado por la Sra. Merkel, así como los principales institutos de investigación económica de Alemania, consideran que aquella tasa de crecimiento económica será del 1%.

Automóviles y componentes de automoción, productos hortofrutícolas, material auxiliar de mecánica, moda, productos cárnicos y vinos son algunos de los principales productos que exporta España a Alemania. ¿En qué sectores considera que existen mayores oportunidades para el producto español?

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Unicaja
empresas

Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

1. Estrene coche cuando quiera



4. Disfrute del bajo consumo



2. Pague una sola cuota y no se le vea sorpresa



5. Todos los servicios incluidos



3. Libere el maletero de ventajas fiscales



Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

Unicaja
La Primera Entidad Financiera de Andalucía

Además de los sectores que Usted ha mencionado previamente, nosotros consideramos que las empresas españolas de los sectores de la tecnología médica y la biotecnología podrían tener un futuro prometedor en el mercado alemán, ya sea a nivel de exportación o bien para crear nuevas sinergias con potenciales socios alemanes.

Según la agencia estatal de promoción *Hessen-Biotech*, la cual está adscrita a la Consejería de Economía, Infraestructuras y Desarrollo del Gobierno del Estado federado de Hesse, este *Bundesland* es uno de los principales emplazamientos en Alemania dentro del sector de la biotecnología.

En el Estado federado de Hessen están registradas, actualmente, cerca de 225 empresas del sector de la biotecnología, las cuales dan empleo a aproximadamente 19.500 personas, y, según recientes estimaciones de *Hessen-Biotech*, el volumen total de ventas registrado por aquellas empresas en 2011 podría haber ascendido hasta aproximadamente 5,2 millardos de euros.

También hay que decir que aproximadamente un 56% de las empresas de biotecnología establecidas en el Estado federado de Hesse destinan cerca de un 14% de sus beneficios a proyectos de I+D.

Según los datos de la Cámara de Comercio Alemana en España, la inversión acumulada española en Alemania asciende a 15.000 millones de euros, lo que indica que son muchas las empresas españolas con presencia en el mercado alemán. ¿Cuáles son a su juicio los factores de éxito en este mercado?

En lo referente a las empresas españolas que se han establecido en Alemania hace ya muchos años, y que, por tanto, ya han adquirido una cuota de mercado, se puede decir, en términos generales, que el mayor factor de éxito que les ha ofrecido el mercado alemán ha sido la situación de estabilidad y el crecimiento constante de su economía, a diferencia de lo que ha sucedido en otras economías europeas. Por otro lado, el fuerte vínculo que muchas empresas es-

pañolas establecidas en Alemania han sabido generar respecto al consumidor final alemán y el índice de consumo interno, también equilibrado y constante, han sido, otros factores adicionales que han posibilitado su éxito dentro de este mercado.

Por último, no hay que olvidar que, gracias a las ventajas que ofrece el mercado único de la Unión Europea, las empresas españolas pueden presentar e introducir rápidamente en Alemania cualquier tendencia o innovación empresarial para la búsqueda y creación de nuevas oportunidades comerciales.

¿Cómo valoraría la imagen del producto español en Alemania?

Concretamente, los productos españoles procedentes del sector de la moda y del calzado gozan, actualmente, de mucho prestigio en Alemania, es decir, son considerados productos de alta calidad. Eso indica que algunas marcas de moda españolas han sabido ofrecer al consumidor alemán una excelente relación calidad-precio, y, por tanto, han conseguido hacer ya hace mucho tiempo establecerse con éxito y de forma permanente en el mercado alemán.

España ofrece indudables ventajas como plataforma de acceso a los mercados latinoamericanos. ¿Cómo valoran las empresas alemanas esta ventaja de España?

Se trata, obviamente, de una clara ventaja que muchas empresas españolas pueden ofrecer a aquellos de sus socios alemanes que se quieran establecer en América Latina o bien acceder a socios comerciales de esa zona. No se trata solamente de una ventaja idiomática, sino también cultural. Es decir, a parte del soporte idiomático, otra ventaja o valor añadido que pueden ofrecer empresarios españoles a sus socios alemanes es el conocimiento y la capacidad de interactuar en ámbitos culturales tan diversos y dispares, como los que existen en los diferentes países que componen América Latina.

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Unicaja empresas

Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Estrene coche cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se leve sorpresas
- 3. Llame al taller de urgencias fáciles
- 4. Disfrute del bajo consumo
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

Unicaja
La Primera Entidad Financiera de Andalucía

En lo que respecta a la Asociación Alemana de la PYME, consideramos de gran interés y estamos abiertos a desarrollar posibles futuras sinergias para ofrecer a nuestras empresas afiliadas una especie de puerta de acceso hispano-alemana al mercado de América Latina.

De hecho, la Asociación Alemana de la PYME (BVMW) dispone de una red de casi 30 delegaciones en el exterior, y, concretamente, tenemos una oficina de representación en Brasil.

Por tanto, respecto a América Latina vemos un potencial de colaboración hispano-alemán muy interesante para analizar, y, en su caso, potenciar durante los próximos años.

Como representante de la pyme alemana, ¿cómo caracterizaría la situación de la pequeña y mediana empresa en Alemania? ¿Cuál es su grado de internacionalización? ¿Qué diferencias observa entre la pyme alemana y la española?

Según un estudio publicado por el Instituto de Investigación y Análisis Económico de Halle – organismo asociado a la Asociación Alemana de la PYME – durante este otoño, el crecimiento de la economía alemana se está viendo afectado por la crisis del euro. El proceso de expansión de la PYMES alemanas, durante este último trimestre de 2012, será más bien débil. Sin embargo, durante el transcurso del próximo año, se espera una leve mejora.

Por otra parte, según indica aquella publicación, varios Institutos alemanes de Investigación Económica apuntan a que el PIB alemán va a experimentar en 2012 un crecimiento del 0,8% y un aumento del 1,0% en 2013 respectivamente. Sin embargo, a pesar de que los pronósticos son más bien moderados, la PYMES alemanas afrontan el futuro con optimismo.

Respecto al grado de internacionalización de las PYMES alemanas, y muy especialmente en lo *relativo a la mediana empresa*, el Instituto alemán de Investigación de la Mediana Empresa, con sede en

Bonn, afirma que, en Alemania, cerca de un 12% de todas las empresas registradas se dedican al negocio exportador.

Por otro lado, cerca del 98% de las empresas exportadoras alemanas son medianas empresas.

Por tanto, se puede afirmar que el sector alemán de la Mediana Empresa no es solamente el motor de la economía alemana, sino también el soporte principal del comercio exterior alemán.

En lo referente a las diferencias entre la PYME alemana y española, un estudio publicado por el *Deutsche Bank*, titulado “*La diversidad de las PYME’s como oportunidad de futuro*”, establece que, mientras en los EE.UU las pequeñas empresas mantienen en plantilla a un reducido número de empleados, en España e Italia el promedio de asalariados en dichas empresas es superior a la media.

En lo que respecta a la pequeña empresa alemana, sucede lo mismo que en el caso de EE.UU.

En Alemania, es la media empresa la que, realmente, ofrece el mayor número de puestos de trabajo ofrece. Por ello, se le considera como el *gran empleador* de la economía alemana.

Según el Deutsche Bank, el coste de creación de una empresa, medido según la renta per cápita, en países como España, Italia o Polonia, es más elevado que en Alemania. En nuestro país crear y poner en marcha una empresa tiene un coste de aproximadamente el 5% de la renta per cápita.

Respecto a la tasa de supervivencia de empresas de nueva creación, se puede decir que no existen grandes diferencias entre la PYME española y alemana. En Alemania, aproximadamente, un 80% de las PYMES creadas superan el primer año de existencia al igual que sucede en España.

Por último, aquel estudio indica que, en términos generales, la cuota de capital propio del que disponen la PYMES alemanas suele ser inferior a las empresas de Portugal, España y Francia.

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Unicaja empresas

Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Estrene coche cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se leve sorpresas
- 3. Llene el maletero de ventajas fiscales
- 4. Disfrute del bajo consumo
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

Unicaja
La Primera Entidad Financiera de Andalucía



mercado alemán de capitales para refinanciarse.

Es decir, muchas medianas empresas alemanas recurren con frecuencia a la emisión de pagarés y de empréstitos empresariales para conseguir liquidez de forma rápida y a corto y medio plazo con el objetivo de financiar proyectos o inversiones empresariales que requieran cierta inmediatez.

¿Qué tipo de apoyos proporciona su organización a las Pymes alemanas, en particular en el ámbito de la internacionalización?

¿Qué tipo de servicios presta su organización a las pymes extranjeras y, en particular, a las pymes españolas?

La Asociación Alemana de Pequeñas y Medianas Empresas (BVMW) es una asociación independiente cuyo objetivo es representar y defender a los intereses económicos y comerciales de las PYMES ante instituciones políticas, sindicatos y la gran empresa.

En cuanto a las funciones principales que desempeña la BVMW a favor de sus afiliados cabe destacar la representación de intereses en el terreno político, la asesoría personalizada y la puesta a disposición de una plataforma de comunicación.

En cuanto a la labor político-institucional de la BVMW, ésta se basa en ayudar a la PYMES a mejorar el contexto macroeconómico a través de la plataforma "La PYME se moviliza". A través de esta plataforma, la BVMW lo que pretende es concentrar el potencial de la PYMES, ejercer presión e influencia en los anteproyectos de Ley y otro tipo de iniciativas legales para que las pretensiones y reivindicaciones de dichas empresas se escuchan ante la opinión pública.

Respecto a la asesoría personalizada, la BVMW dispone de una red de más de 295 oficinas reparti-

das por todo el territorio alemán con el fin de ofrecer al empresario un interlocutor local. Este representante de la BVMW es responsable de facilitar nuevos contactos comerciales, cooperar en el desarrollo de proyectos ya puestos en marcha e intermediar a favor de la PYME antes organismos oficiales, entidades de crédito, compañías de seguros y otras instituciones.

En lo que a la plataforma de comunicación se refiere, la BVMW ofrece a las PYMES la oportunidad recabar información sectorial de mercado y ampliar sus contactos comerciales a través de la realización de más de 2000 eventos y seminarios.

En lo que respecta al apoyo a la internacionalización de nuestros afiliados, la BVMW dispone de una red exterior de oficinas de representación en casi 30 países para ofrecer asesoramiento jurídico-comercial a aquellas empresas que quieren establecerse o bien introducir sus productos en un nuevo mercado.

Respecto al apoyo a la internacionalización de PYMES españolas, las delegaciones alemanas de la BVMW organizan anualmente más de 2000 encuentros empresariales en Alemania.

Por tanto, nuestra asociación ofrece a pymes españolas la posibilidad de participar en nuestros encuentros o foros empresariales para que las PYMES pueden acceder a nuevos socios comerciales alemanes y presentarles sus respectivos productos y servicios.

En definitiva, mediante una participación activa en nuestros workshops, la PYMES españolas podrán tener acceso directo a empresas alemanas que bien ya tengan negocio de exportación/importación con España o bien que tengan previsto adquirir nuevos contactos comerciales para introducirse en ese mercado.

El volumen medio de facturación anual de las empresas afiliadas al BVMW asciende a aproximadamente un importe de entre 500.000-15.000.000 Euros.

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Unicaja
empresas

Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

1. Estrene coche cuando quiera



4. Disfrute del bajo consumo



2. Pague una sola cuota y no se le vea sorpresa



5. Todos los servicios incluidos



3. Llame al maestro de ventajitas fáciles



Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

Unicaja
La Primera Entidad Financiera de Andalucía

¿Cómo cree Vd. que se podría contribuir a favorecer una mayor cooperación entre la pyme española y alemana?

La BVMW mantiene desde hace ya mucho tiempo un contacto permanente con la Cámara Oficial de Comercio Española en Alemania. Gracias a ello, hemos tenido la ocasión de organizar conjuntamente diversos eventos empresariales.

Al mismo tiempo, mantenemos también desde hace varios años un estrecho contacto con la Oficina de Representación de Unicaja Banco S.A. en Frankfurt.

Según conversaciones mantenidas con el representante de Unicaja Banco S.A. en Frankfurt, no descartamos cooperar en un futuro para posibles organizaciones de foros empresariales con el objetivo de fomentar y lograr posibles contactos comerciales entre nuestras empresas asociadas y clientes de aquel banco español.

Por otra parte, hay que recordar que, actualmente, el sector alemán de la Mediana Empresa necesita compensar su déficit de mano de obra cualificada, atrayendo, para ello, a jóvenes profesionales especializados de otros países de la U.E., entre ellos, España.

Según datos de la Comisión Europea, en Europa, cerca de una cuarta de la parte de los jóvenes de entre 14 y 25 años están en paro. Por desgracia, en países como España, la tasa de paro juvenil asciende hasta aproximadamente un 50%.

En definitiva, muchas empresas alemanas están buscando actualmente mano de obra cualificada y especializada que esté a la altura de los elevados estándares de formación profesional exigidos en Alemania ::



RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Unicaja
empresas

Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:



1. Estrene coche cuando quiera



4. Disfrute del bajo consumo



2. Pague una sola cuota y no se lleve sorpresas



5. Todos los servicios incluidos



3. Llame al número de ventajitas fiscales

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

Unicaja
La Primera Entidad Financiera de Andalucía