

“No traducimos idiomas: traducimos dos formas diferentes de hacer empresa”

Rosa Sanz CEO de Sesemann Consulting GmbH

Sesemann Consulting GmbH acompaña a compañías españolas en su implantación y crecimiento en Alemania, coordinando aspectos fiscales, laborales, societarios y administrativos.

Sesemann Consulting GmbH actúa como puente empresarial entre España y Alemania, acompañando a empresas y emprendedores que quieren implantarse en el mercado alemán. Su propuesta combina asesoramiento administrativo, fiscal y laboral con un conocimiento práctico de cómo funciona el país, de modo que el empresario pueda concentrarse en desarrollar su negocio mientras un único interlocutor coordina las distintas necesidades de su internacionalización.

¿Qué papel puede jugar Alemania en la internacionalización de una empresa y cómo debe adaptarse una vez implantada?

Alemania puede ser un mercado donde demostrar que un modelo de negocio es capaz de competir internacionalmente y, al mismo tiempo, ganar experiencia, referencias y estructura para seguir creciendo. Pero entrar no garantiza el éxito: hace falta oportunidad comercial, conocimiento local y una organización preparada. Además, el mercado sigue cambiando. La digitalización administrativa y nuevas obligaciones, como la factura electrónica B2B, obligan a adaptarse continuamente. Por eso entendemos la internacionalización como un proceso de acompañamiento constante: implantarse es solo el primer paso; después hay que saber permanecer y crecer.

¿Por qué Alemania continúa siendo un mercado atractivo para las empresas españolas?

Las relaciones económicas entre ambos países son muy importantes: el comercio bilateral ha pasado de unos 70.700 millones de euros en 2021 a alrededor de 90.000 millones en 2025. Pese al moderado crecimiento alemán, sigue siendo un mercado con grandes oportunidades, pero también muy competitivo: no basta con tener un buen producto o servicio, hay que saber cómo presentarlo, contratar, facturar y estructurar la actividad, además de conocer las obligaciones que pueden surgir.

Para muchas pymes españolas, el problema no es conseguir una

oportunidad comercial, sino saber qué hacer cuando llega. Ahí es donde Sesemann Consulting GmbH aporta valor, ayudando a planificar correctamente la entrada y el desarrollo de la actividad en Alemania.

¿Qué deben tener en cuenta las empresas españolas antes de entrar en este mercado?

Hay sectores con un potencial claro. Alemania ha creado un fondo de 500.000 millones de euros hasta 2036 para modernizar infraestructuras, transporte, energía u hospitales, ámbitos donde muchas empresas españolas cuentan con experiencia. También destacan los centros de datos, la fibra óptica, el despliegue ligado a la IA y la defensa, que está aumentando su inversión y arrastra actividades como electrónica, comunicaciones o materiales.

Pero aprovechar estas oportunidades exige entender que Alemania no funciona igual que España. Persisten diferencias administrativas, fiscales, laborales y empresariales importantes. Uno de los errores más habituales es actuar primero y analizar después: firmar contratos, desplazar trabajadores o abrir una oficina sin haber estudiado previamente las obligaciones.

El idioma también puede ser una barrera, pero no es la principal. Lo más complejo es tradu-



cir una forma de hacer negocios a otra cultura empresarial. Puedes hablar alemán y no entender aún qué espera un cliente, cómo funciona una administración o por qué determinadas formalidades son tan importantes. En Sesemann no traducimos solo idiomas: traducimos dos formas diferentes de hacer empresa.

¿Qué debe analizar una empresa antes de establecerse en Alemania?

Lo primero es no partir de la solución antes de analizar el problema. No todas las empresas necesitan constituir inmediatamente una sociedad limitada (GmbH). Dependiendo del proyecto pueden existir diferentes posibilidades: operar desde España, disponer de determinada presencia en Alemania, establecer una sucursal o crear una sociedad alemana. Las propias instituciones alemanas contemplan distintas formas de establecimiento

“Implantarse es solo el primer paso; después hay que saber permanecer y crecer”

“Para mí, el éxito no consiste solo en crecer o facturar más, sino en resolver una necesidad real y generar confianza”

to para empresas extranjeras, incluida la filial y la sucursal. Antes de decidir hay que estudiar la actividad, duración del proyecto, personal, clientes, volumen previsto, responsabilidades, fiscalidad y perspectivas de crecimiento.

¿Cómo acompaña Sesemann Consulting GmbH a una empresa española?

Lo ideal es apoyar a la empresa antes de iniciar la entrada en Alemania. Necesitamos comprender qué quiere hacer realmente, cuál es su idea de negocio. Después identificamos qué implicaciones puede tener: administrativas, societarias, contables, fiscales, laborales o de otra naturaleza. Cuando es necesario, coordinamos la intervención de los diferentes profesionales especializados. Para el empresario esto tiene una gran ventaja: no tiene que descubrir por sí mismo a quién debe acudir para cada problema. Queremos evitar que el cliente tenga que gestionar Alemania como un conjunto de departamentos desconectados.

Una vez iniciada la actividad, seguimos acompañando a la empresa con todos los trámites y trabajos administrativos necesarios. Continuamos también con una asesoría sobre nuevas oportunidades, riesgos, etc.

En muchos casos por desgracia acuden clientes que no contaron con una asesoría adecuada desde el principio, con negocios ya en marcha, pero con problemas. En estos casos, lógicamente, nuestra labor consiste en redirigir el negocio y solucionar los problemas abiertos.

¿Cuál es tu papel dentro de Sesemann Consulting y qué significa que la firma sea presentada como un caso de éxito empresarial?

Mi papel consiste, sobre todo, en escuchar al empresario, entender su proyecto y ofrecerle una visión global. Muchas empresas españolas quieren trabajar en Alemania, pero necesitan apoyo para afrontar su complejidad administrativa y empresarial. Nuestro trabajo es detectar qué necesitan, coordinar a los especialistas adecuados y acompañarlas en las decisiones. Que Sesemann sea presentada como un caso de éxito es una satisfacción y también una responsabilidad. Para mí, el éxito no consiste solo en crecer o facturar más, sino en resolver una necesidad real y generar confianza. Si una empresa termina viendo Alemania como una parte normal de su actividad, hemos cumplido nuestro objetivo.

Volumen comercial España-Alemania

Exportaciones españolas + importaciones procedentes de Alemania.

Miles de millones de euros.



2025: cifra aproximada publicada por la Cámara de Comercio Alemana para España.