

## Germany's industry. Does Deutschland do digital? Europe's biggest economy is rightly worried that digitisation is a threat to its industrial leadership

Enviado por Alvaro Mendoza en Mié, 07/20/2016 - 22:45

### Cita:

The Economist [2015], "Germany's industry. Does Deutschland do digital? Europe's biggest economy is rightly worried that digitisation is a threat to its industrial leadership", *The Economist*, London, 21 de noviembre, <http://www.economist.com/news/business/21678774-europes-biggest-economy-...> [1]

### Fuente:

The Economist

### Fecha de publicación:

Sábado, Noviembre 21, 2015

### Revista descriptores:

[Competencia mundial. Disputa hegemónica](#) [2]

[Estudios de caso: actividades - empresas](#) [3]

[Formas de la competencia entre grandes empresas](#) [4]

[Relaciones entre empresas estados y sociedad](#) [5]

### Tema:

El crecimiento de la industria alemana hacia la era digital

### Idea principal:

Muchas de las empresas alemanas, como Trumpf, empresa familiar situada en Stuttgart, comenzaron con la idea de hacer máquinas que produzcan máquinas.

Iniciaron con cosas sencillas, como la elaboración de tijeras motorizadas, hasta llegar a fabricar máquinas que cortan metales con láser. Para Trumpf, el siguiente paso es el desarrollo de negocios basados en software y datos. En octubre de 2015 anunciaron a Axoom, programa que ayuda a organizar la producción de los clientes, se conectan las máquinas a internet, se toman los datos y así ayudan a los dueños a saber, cosas operativas como si se requieren de alguna reparación o insumos, a través de la ejecución de aplicaciones.

Las empresas deben adaptarse a este modo de producción, puesto que ya existe una gama amplia de máquinas y productos que contienen sensores y conexión a internet, y con el paso del tiempo esto se diversificará aún más. Por lo que las grandes empresas serán aquellas capaces de ofrecer los mejores servicios digitales y la fabricación de productos pasará a segundo término.

Alemania es un país de tradición fabril y uno de los que pueden perder su hegemonía a nivel mundial, esto no se debe a que sus empresas hayan dejado de innovar, pero obtener el dominio sobre el software es ahora el objetivo de muchos países, sobre todo de los desarrollados, éste

es el primer paso en la adaptación a la era de la digitalización, el segundo paso, es aprovechar la información proporcionada por la oferta de negocios inteligentes

De acuerdo a las estimaciones Gabriel Seiberth de Accenture, un proveedor de tecnologías de la información y servicios de consultoría, un auto con tecnología de punta puede generar 25 gigabytes de información por hora de conducción, por lo que las empresas deben estar preparadas para recopilar y usar estos datos. Es aquí donde se encuentra el temor de las empresas alemanas. Estas se pueden convertir en las fábricas que producen solamente los productos, mientras que el desarrollo de software (que es donde se localiza el mayor negocio) se encuentra en manos de empresas estadounidenses (Apple y Google). Hecho que le sucedió a Samsung, que tiene beneficios limitados por depender de Android.

Los esfuerzos de los ejecutivos alemanes para no quedarse atrasados en la era digital se encuentran encaminados en distintas direcciones. Por una parte, algunas empresas tienen parte de su más alto personal viviendo en Silicon Valey, por otra, diversas consultorías asesoran a ejecutivos para ayudarlos a insertarse en las nuevas formas de producción.

Por su parte, el gobierno participa con el plan "Industrie 4.0", que tiene como primer objetivo producir plantillas y bancos de pruebas para los servicios digitales innovadores, para su posterior publicación. El segundo objetivo se basa en unir a empresas y sindicatos para que se adapten a esta nueva era digital.

A pesar de estos esfuerzos, aún quedan diversos problemas que se deben solucionar o aminorar para que el mercado alemán prospere. En primer lugar, muchas de las empresas alemanas no se encuentran adaptados al modelo de negocios actual que se basa en atraer y conservar a los clientes dentro del consumo de los productos de la marca.

En segundo lugar, las plataformas exitosas son abiertas, con el objetivo de que diversas aplicaciones se ejecuten en ellos. No obstante, las plataformas alemanas no se encuentran claramente abiertas, por ejemplo, es difícil que empresas como BMW, Daimler y VW, subsidiaria de Audi, cooperen entre sí.

En tercer lugar, el desarrollo de plataformas se centra en la generación de datos para que sean compartidas, no obstante, esto puede ser complicado. Alemania cuenta con estrictas leyes de protección de datos y cabe la posibilidad de que los datos generados por los usuarios sean vendidos. Esto preocupa tanto a las personas que pueden ver expuestos sus datos personales, como a empresas, que pueden perder su ventaja competitiva.

Por último, las empresas alemanas aún mantienen una gestión jerárquica, que es poco compatible con el desarrollo de plataformas de software, ya que estos necesitan de equipos autónomos. Además, como explica Clemens Westerkamp de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Osnabrück, muchos empleados no están preparados para el mundo digital. En las universidades alemanas los informáticos están entrenados al igual que los ingenieros, lo que significa que se centran en la precisión. Este modo de pensar es una gran ventaja en la construcción de sistemas altamente fiables, que son necesarios en muchas industrias, pero es un inconveniente en el mundo del software y datos, donde el pensamiento rápido y la toma de riesgos son más importantes.

En el fondo de la ingeniería alemana, el software no se encuentra desarrollado de una manera

amigable con el usuario. A menudo son tan complejos que la palabra más común que parece en la interfaz es “Anwenderfehler” (error del usuario).

Los lugares donde se concentran las empresas y cultura empresarial, tecnológica y de innovación, lucen diferentes a su símil estadounidense (Silicon Valley). Aquí los comedores, pasillos y paisajes no son exuberantes. Lo más llamativo que es posible encontrar son unas cortadoras de césped automáticas. No obstante, esto es impedimento para el desarrollo de empresas, tal es el caso de la plataforma “Bosch Start-up”, que se ha establecido recientemente en Ludwigsburg, la cual ha incubado un puñado de empresas, que han desarrollado un sensor inalámbrico para mejorar los rendimientos de espárragos, robots agrícolas que matan las malas hierbas, entre otras cosas.

Los mercados internacionales y las formas de producción se encuentran en un cambio importante. La pregunta es si estas empresas alemanas podrán adaptarse a ello rápidamente.

### **Datos cruciales:**

Gráfica 1. Enfocados en la fábrica. Muestra los niveles de manufactura con respecto al PIB (2014 o último disponible). Alemania ocupa el segundo lugar a nivel mundial, sólo detrás de China.

Gráfica 2. Titanes de la tecnología, enanos de la fabricación. Muestra las diferencias entre las empresas estadounidenses, enfocadas en la tecnología y las empresas alemanas.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

Debido a los cambios tecnológicos el sistema de producción capitalista se encuentra en una fase de transición, que puede resultar en un re-acomodo en la hegemonía de los países. Esto dependerá de qué tan capaz es cada país en adaptarse a esta nueva era digital, donde el desarrollo de software tiene mayor peso que el propio producto. Lo que implica que cada firma tendrá que replantear su esquema de trabajo. Incluso esto afecta a los trabajadores, donde la competencia en el mercado laboral se inclinará hacia la tecnología de una manera más acentuada.

---

**Source URL (modified on 31 Julio 2016 - 6:55pm):** <http://let.iiec.unam.mx/node/915>

### **Links**

[1] <http://www.economist.com/news/business/21678774-europes-biggest-economy-rightly-worried-digitisation-threat-its-industrial>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>