

El ejemplo alemán en las TIC

El modelo alemán de gestión estratégica de las TIC, que hace que el 50% de la producción industrial y el 80% de sus exportaciones dependan directamente del uso de las TIC, marca la tendencia clara del camino que deben seguir las empresas españolas.

El mundo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) ha cambiado la empresa y va a seguir cambiándola en los próximos años, ocupando un papel central en el desarrollo de las economías modernas.

En el caso de España, el negocio de las TIC está creciendo en torno al 5,2%, mientras que en Alemania lo está haciendo a un ritmo del 1,6%, lo que pone de manifiesto que España es uno de los mercados más prometedores de Europa en este sector y que el nivel de inversión en infraestructuras, equipos y soluciones TIC está siendo realmente importante, alcanzando el 4,6% del PIB. Una cifra en términos absolutos sensiblemente inferior a la que dedica Alemania, 5,7%, pero que en términos relativos, y teniendo en cuenta el diferencial de volumen de ambas economías, sitúa a España en un lugar más que aceptable en el universo TIC. Máxime si tenemos en cuenta que, en el ámbito empresarial, ambos países presentan niveles muy similares de penetración de las TIC, con un 100% de las empresas de más de 50 trabajadores dotadas, con mayor o menor nivel de sofisticación, de equipos y soluciones informáticas y de telecomunicaciones.

Sin embargo, el uso que las empresas hacen de las TIC es lo que marca la gran diferencia en competitividad entre los diferentes países y es una realidad que puede aplicarse a España comparada con Alemania, ya que las empresas alemanas pueden dar bastantes lecciones de vanguardismo a sus homólogas españolas, con cifras verdaderamente irrefutables que hablan por sí mismas.

Así, mientras el 100% de las empresas alemanas utilizan internet como herramienta habitual de trabajo, sólo el 81% de las españolas lo hace. El 91,8% de las empresas alemanas tiene web corporativa y este porcentaje sólo alcanza al 41,7% en España. Sólo el 6% de las empresas españolas vende a través de herramientas de comercio electrónico; cuando en Alemania lo hace el 35%, y mientras el 32% de las españolas hace compras a través de la red, en Alemania el nivel alcanza al 57%. Otros usos del e-business, como los pagos electrónicos, marcan la diferencia entre Alemania y España. El 86,6% de las empresas alemanas utiliza estos sistemas, mientras que en España tan sólo lo hace el 18,2%.

¿Por qué este nivel de sofisticación en el uso de las TIC en Alemania? Creo que la clave está en la concepción estratégica que los empresarios alemanes hacen de las TIC. Para la inmensa mayoría de ellos, grandes empresas o pymes, el desarrollo de las TIC es algo que se ha incorporado al núcleo de sus negocios y es gestionado con los mismos niveles de exigencia que las cuestiones industriales, financieras o comerciales, con un claro objetivo: obtener una efectividad final en cada una de esas áreas, basada en la capacidad de ofertar un valor añadido mayor que el de las empresas de la competencia.

Por el contrario, en el caso de España la realidad nos muestra que las infraestructuras y soluciones de información y comunicaciones son contempladas en muchos casos por las empresas como meras herramientas auxiliares, que ahorran tiempo, espacio y poco más, y que, casi siempre, son gestionadas como cosas de informáticos que nadie entiende. Tan limitada perspectiva no conduce más que a incrementar las diferencias de competitividad entre uno y otro país, por muchos ordenadores que haya sobre las mesas.

El modelo alemán de gestión estratégica de las TIC, que hace que el 50% de la producción industrial y el 80% de sus exportaciones dependan directamente del uso de las TIC, marca la tendencia clara del camino que deben seguir las empresas españolas. Un camino que debe estar marcado por un cambio de mentalidad y la apuesta en firme por incorporar de forma real esas nuevas tecnologías a las actividades tradicionales, de forma que dejen de ser simplemente herramientas auxiliares y se conviertan en piezas clave en la gestión del negocio. Un gran reto si queremos pasar de ser una promesa a convertirnos en una realidad en el sector TIC europeo, pero, sin duda, un reto alcanzable.

Carles Peyra. Vocal de la Cámara de Comercio Alemana para España y consejero delegado de T-Systems Iberia
[Cinco Días](#)

Fecha artículo: mié 07 ene 2009 06:30:00 CET

Cristino Martos, 4
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10
comfia@comfia.ccoo.es

Adherida a 