

El cuchillo alemán

*CUANDO LA BASE
tecnológica e industrial
de un país es alta, se
nota incluso en los
productos más
sencillos*

MODEST GUINJOAN - 02:47 horas - 04/01/2004

No soy capaz de afirmar si es mejor que un país sea competitivo sobre la base de productos o servicios "ligeros" o "sesudos". Entre los primeros figurarían los fast food, la explotación de playas o parques de atracciones, fabricar butifarras o jerséis;

entre los segundos el hardware y el software informático, telecomunicaciones, los trenes de gran velocidad, las centrales eléctricas, los DVD, los robots, los automóviles o los medicamentos. Sí puedo afirmar que quien domina los productos sesudos domina los ligeros, pero nunca a la inversa.

Aunque desde la perspectiva empresarial tan interesante es la empresa que fabrica caramelos con un palito, como la que fabrica un producto tecnológicamente avanzado, desde una perspectiva de estructura productiva de país no cabe duda que la segunda ofrece más valor añadido. En este orden de cosas, tal vez sorprenderá a más de uno saber que el coche que mayor satisfacción dio el año pasado a los propietarios de coches nuevos en Alemania no fuera un coche alemán, sino japonés, la misma marca que ha ganado en 10 de las 11 ocasiones que se ha hecho un test similar en EE.UU.

Japón es una potencia manufacturera que tras la obsesión de mejorar y mejorar, de prestar atención al detalle, fabrica coches buenos muy competitivos y con 6 años de garantía. A su lado, Alemania, líder en innovación en el sector, lleno de marcas punteras, tiene la pega de registrar unos costes laborales en la industria manufacturera que rozan los 30 euros la hora y sufrir la desventaja de operar con monedas fuertes, lo que no obsta para que tenga un superávit comercial crónico a base de compensar elevado precio con calidad y reputación. He tomado el ejemplo del coche porque ilustra bien no solamente qué tipo de bienes producen los líderes industriales mundiales, sino también cómo los producen.

Me he entretenido en repasar los bienes mobiliarios que hay en casa (incluido el coche), habitada por matrimonio y dos hijos. Los productos japoneses significan el 55% del valor, los alemanes el 20%, los norteamericanas el 3%, y el 22% restante es de otros países europeos. Les invito a que hagan lo mismo. Cuando lleguen al coche, dado que tiene un cierto peso relativo, si es un Seat no lo contabilicen como catalán o español. Ha generado riqueza aquí pero es alemán de propiedad y de seso.

Lo bueno del caso lo he descubierto en productos menores. Resulta que los mejores cuchillos son alemanes, que la marca de mi serrucho es Kamikaze y las tijeras de podar llevan una inscripción que reza Japan. Alguien me había dicho que el cuchillo actual, heredero directo del cuchillo primitivo de piedra, consistía en un trozo de metal con una hoja afilada, que un serrucho era otro trozo de metal con una hoja

dentada y las tijeras de podar dos simples láminas cortantes entrecruzadas. ¡Cuán equivocados estaban aquellos que pensaban que los productos elementales dejarían de fabricarlos los líderes mundiales de la manufactura, en beneficio de países tecnológicamente menos desarrollados! Dejan de fabricar los de menor precio o menor calidad, pero continúan produciendo la gama que requiere más seso y calidad. Cuando las bases tecnológicas e industriales son de tanta solidez, se es capaz de ser competitivo incluso en productos aparentemente más simples.

MODEST GUINJOAN, Consulting Barcelona Economía y UPF

LA VANGUARDIA, el diario más vendido en Catalunya - Control OJD-WWW
Copyright La Vanguardia Ediciones S.L. y Iniciativas Digital Media S.L. All Rights Reserved
Aviso Legal