

MÓNICA MOSO, ASESORA EMPRESARIAL

## **«Ser competitivo no significa vender más barato»**

«La competitividad de las empresas radica en su capacidad de innovar y ésta la dan las personas»

Entrevista de Yolanda Veiga publicada en el Correo 26.09.2005

Innovación, competitividad y sostenibilidad. Estos tres conceptos son algo así como el 'abc' de las empresas. Al menos de aquellas que no busquen únicamente la inmediatez, y que quieran competir en el mercado a medio y largo plazo. Cómo integrar estos tres criterios en el día a día de nuestras empresas «es la gran dificultad» y el reto que deben afrontar, subraya Mónica Moso, asesora empresarial y portavoz del grupo de debate sobre Dinamismo Empresarial y Desarrollo Sostenible, una iniciativa de Eusko Ikaskuntza. Pero dar un giro a la política empresarial tendrá su eco en el consumidor, que deberá adaptarse «a una nueva forma de consumo».

**-El reto de las empresas es llegar a ser más competitivo.**

-Sí, y más aún en un contexto tan globalizado y competitivo como el actual. Antes se podía competir en costes, pero ya no es suficiente. Ahora la competitividad depende de la innovación.

**-¿No basta con vender más barato?**

-No. Hay que añadir valor al producto. Cuanto más elaborado esté más fácil será competir.

**-¿Innovar a cualquier precio?**

-En absoluto. La innovación tiene que llevarse a cabo desde un punto de vista sostenible.

**-Es una cuestión que las empresas no han tenido en cuenta.**

-La prioridad siempre ha sido la parte económica, pero es que la naturaleza y el planeta no da a basto y lo hemos utilizado tanto y de manera tan poco sostenible que muchos recursos necesarios para las empresas se están agotando.

**-El fantasma de la escasez.**

-Los recursos energéticos, especialmente el petróleo y sus derivados, se está agotando de manera llamativa. Y si los recursos se agotan las empresas no pueden sobrevivir.



### EL PERSONAJE

Mónica Moso es directora del Cluster del Conocimiento en Gestión Empresarial. Doctora en Ciencias Políticas y de la Administración, es portavoz del grupo de reflexión sobre Dinamismo Empresarial de Eusko Ikaskuntza.

## **Gestión eficiente**

### **-¿Qué hacer, entonces?**

-Innovar. Y eso significa crear nuevas fuentes energéticas y ser más eficientes.

### **-¿Gastar menos?**

-Las empresas necesitan recursos energéticos para producir sus bienes. Y hay que gestionarlos de manera eficiente. Es como tratar de hacer un cocido con los menos ingredientes posible, pero que mantenga el sabor. Antes no había problema para consumir recursos porque había muchos y eran baratos. Hoy escasean, son más caros y se van a agotar.

### **-¿No es un poco tarde para tratar de 'salvar' el planeta?**

-Mantener una actitud ética con la naturaleza va a ser necesario pero no suficiente, existe un factor social también. La competitividad de las empresas radica en su capacidad de innovar y ésta la dan las personas. Por eso es muy importante que las personas trabajen en un entorno favorable. La empresa tiene que comportarse de manera ética con los trabajadores.

### **-¿Y qué hay de la precariedad laboral, los 'contratos basura'...?**

-Hace diez años el paro era del 24%. Y en el caso de la mujer del 33%, cuando hoy es del 7,9%. No creo que vayamos a peor, aunque hay que mejorar.

### **-Supondrá un coste para el empresario.**

-Al principio puede ser una carga económica para las empresas, pero de cara al futuro va a ser una necesidad.

## **Consenso social**

### **-Invertir en estos aspectos quizá radique en sacar a la venta un producto más caro.**

-Hay que romper con la visión de que ser competitivo es vender más barato, porque hoy los que más dinero ganan no son los que venden sus productos más baratos, sino los que los hacen con rapidez, innovación y calidad: el último teléfono móvil, el paso del vídeo al dvd... Y tampoco son empresas donde la gente trabaja 18 horas, sino donde hay mayor consenso social.

### **-Si una empresa que fabricaba zapatillas a 35 euros, a costa de explotar a sus trabajadores, paga sueldos dignos, entonces las tendrá que vender a 50. Lo va a pagar el consumidor.**

-No se trata de hacer el mismo producto más caro, sino de diferenciarlo. También los consumidores tienen que cambiar. Hay que crear una cultura de la sostenibilidad y revisar las formas de consumo.

### **-No parece sencillo.**

-No, pero hay cuestiones impenables como que los hidrocarburos desaparecerán en unas décadas. Entonces igual no podemos tener todos coche y el transporte público quizá ya no sea sólo un derecho sino una obligación. Puede que viajar a Brasil haya que pagarlo como un lujo porque produce una contaminación enorme.