

Los empresarios denuncian el elevado absentismo

Las bajas laborales en España triplican los índices de otros países europeos

MIGUEL OLIVARES - Valencia - 15/04/2011

El absentismo laboral en España supera el 5% mientras que en países como Alemania está por debajo del 2%, una distancia que representa un coste en torno a 16.000 millones de euros para la economía española y que lastra de forma decisiva la competitividad relativa. Roberto Centeno, presidente del fondo de inversión Atitlán, concitó la unanimidad de una mesa de debate organizada por la Asociación para el Progreso de la Dirección, cuando planteó un problema que merma el PIB nacional en torno a un punto y medio.

Federico Prades, asesor de la Asociación Española de Banca, caldeó el ambiente con un panorama general de la situación económica. Prades, que fue asesor de Felipe González y cargo ejecutivo con Carlos Solchaga, concluyó que "el Estado no puede aprobar nuevas medidas de estímulo" para la economía, de modo que "solo podemos salir de la crisis con más empleo y más productividad. Nos toca acometer una devaluación interna, abaratar nuestros productos y ser más eficientes".

En el posterior debate, Carlos Bertomeu, consejero delegado de Air Nostrum, explicó las "decisiones tácticas" que la compañía de aviación regional adoptó a principios de 2009 cuando la caída de la demanda abocaba a la empresa a unas pérdidas de 80 millones de euros. "A corto plazo redujimos un 25% la oferta y tuvimos que despedir a 500 trabajadores", explicó. "A medio plazo, renovamos la flota por completo para incorporar aviones más grandes con una inversión de mil millones de euros porque el ingreso medio por pasajero nunca volverá a ser el mismo".

Fernando García Checa, exdirector general de Bancaja, describió la empresa tecnológica que ha fundado, Bkool, dirigida a resolver los dos problemas que afrontan el elevado porcentaje de adultos que practican deporte con asiduidad en los países desarrollados: la falta de tiempo y la falta de motivación. Bkool intenta "digitalizar el esfuerzo físico" para trasladar "el sudor" al mundo virtual de modo que los deportistas ocasionales puedan "competir y compartir" sus prácticas.

Javier Quiles, director corporativo de Consum, describió el espectacular crecimiento de la cadena de supermercados desde la apertura de la primera tienda en Alaquàs en 1971. La cooperativa valenciana llegó a asociarse con Eroski, pero rompió un acuerdo que la relegaba a una posición muy minoritaria en 2004 y vivió un auténtico "renacimiento". Consum ha crecido comprando otras cadenas más pequeñas y con una firme apuesta por la variedad de producto. Apenas un 13% de las referencias que ofrecen sus supermercados son marca propia.

Roberto Centeno, de Atitlán, describió el estricto modelo de funcionamiento del fondo, con una capacidad de inversión de 300 millones en la actualidad, y que ha logrado una rentabilidad superior al 30% en las desinversiones que ha ejecutado hasta la fecha. Centeno sentenció: "Para buenos proyectos, dinero siempre hay".

Juan Latorre, de KPMG, que moderó la mesa, avanzó que entre las cien mayores empresas valencianas, 31 lograron mejorar sus beneficios el año pasado. Otras 35 registraron pérdidas y las restantes 34 recortaron sus beneficios. En conjunto, redujeron sus deudas en más de 1.000 millones de euros.