

LABORAL ESTADÍSTICAS

Los accidentes en el trabajo aumentan un 5% en Lleida

Sin embargo, entre enero y agosto hubo tres muertes menos || La industria manufactera, la actividad con más siniestralidad

L. GARCÍA

[LLEIDA] Los accidentes laborales con baja han repuntado en los primeros ocho meses del año en Lleida, periodo en el que, sin embargo, han descendido las muertes durante la jornada de trabajo. Según los últimos datos del ministerio de Empleo y Seguridad Social, entre enero y agosto de este año se contabilizaron un total de 3.363 accidentes laborales con baja en la provincia, lo que supone un aumento del 5% respecto al número de siniestros registrado hasta agosto de 2014, cuando se produjeron 3.201 accidentes. Dos personas fallecieron en estos ocho meses mientras trabajan, un 60% menos que el año pasado, cuando hubo cinco muertes.

La mayoría de estos siniestros se produjeron en el puesto de trabajo, hasta los 3.109, un 5%. Un repunte que se debe a los accidentes leves, que son más de nueve de cada diez, y de los graves, con ocho casos más este año que en el pasado ejercicio. Asimismo, hasta agosto se registró una muerte durante la jornada de trabajo, mientras que el año pasado fueron dos.

Mientras, hubo 254 accidentes "in itinere" (de ida o de regreso al trabajo), casi un 3% más que el año pasado, también por un repunte de los leves, pe-



Una protesta de CCOO en Lleida contra la siniestralidad laboral.

CON BAJA

La estadística de Empleo no muestra por provincias los accidentes laborales que no han causado baja

se a disminuir los siniestros graves y los mortales, que han pasado de 3 fallecimientos el año pasado a uno entre enero y agosto de 2015.

Por actividades económicas, la industria manufacturera registró el mayor número de accidentes con baja en jornada de trabajo en Lleida, al aglutinar

696 siniestros, seguido del comercio mayorista y minorista y reparación de vehículos a motor, con 506 accidentes, y la agricultura, con 357. Llama la atención los 282 accidentes con baja registrados en la administración pública, así como los 240 siniestros en las actividades sanitarias y servicios sociales de la provincia.

El repunte de la actividad económica es una de las causas de este aumento de la siniestralidad, aunque los sindicatos denuncian una caída de la inversión en riesgos laborales y de la precarización cada más predominante del empleo.

BANCA

La filial suiza de BBVA pagará una multa a EEUU por cuentas opacas

[WASHINGTON] La entidad BBVA Suiza, con sede en este país y propiedad del banco español Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), acordó el viernes con EEUU el pago de más de 10 millones de dólares (8,8 millones de euros) de multa por no declarar las cuentas que algunos clientes mantenían en la entidad y permitirles evadir impuestos. El BBVA Suiza evita un juicio por delitos relacionados con el pago de impuestos a cambio de cooperar con las autoridades e implementar controles para acabar con cuentas secretas, algunas de ellas de ciudadanos estadounidenses. La entidad tiene 138 cuentas relacionadas con EEUU con un valor de más de 157 millones de dólares.

MACROECONOMÍA

"Retrasar la subida de los tipos de interés es peligroso"

[MÚNICH] El director general del Banco de Pagos Internacionales (BPI), Jaime Caruana, advirtió ayer del peligro de que algunos bancos centrales retrasen la subida de los tipos de interés y consideró que la actual "incertidumbre no es buena" para los mercados. Caruana hizo hincapié en que se debe producir una transición de la situación actual, de tipos de interés negativos y en la que los inversores deben pagar por tomar riesgos, a una de tasas de interés más elevadas. Esta nueva situación de tasas de interés cercanas a cero limita la rentabilidad de los bancos y de los fondos de pensiones, añadió Caruana. El BCE mantiene los tipos en el 0,05%, mientras la Reserva Federal estudia subirlos.

DEUDA

Moody's deja sin cambios la nota de la economía española

[MADRID] La agencia de calificación Moody's mantiene sin cambios el 'rating' de la economía española, que seguirá en el escalón 'Baa2' con perspectiva positiva. De esta manera, Moody's no sigue los pasos de otras agencias como Standard & Poor's (S&P), que hace dos semanas elevó en un escalón el rating de la deuda soberana de España, hasta 'BBB+' con perspectiva 'estable', debido al impacto positivo de las reformas en la economía. El viernes le tocará el turno a Fitch. Por su parte, el secretario de Estado de Administraciones Públicas, Antonio Beteta, calificó ayer a España como "un país sexy" y que "está de moda" a nivel internacional en el que "conviene invertir".

LIDERAZGO

MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ*



Nuevas estrategias para ganadores

Para empezar, hemos de ver con claridad que la pelota está en nuestro campo. Sólo nosotros conocemos –o deberíamos de conocer– perfectamente a nuestros clientes. La estrategia ganadora infalible consiste en planificar y desarrollar en el tiempo proyectos que ofrezcan valor concreto a clientes concretos. Tanto a los internos como a los externos. Tanto a los actuales como a los futuros. Para ello, contamos con seis herramientas poderosas: escuchar, comunicar, innovar, concretar, apostar y convertir.

Escuchar a los clientes. Saber de primera mano qué necesitan, qué esperan conseguir. Hay empresas que hacen participar a los clientes en el desarrollo de sus productos. Otras van más allá, y hacen que sus clientes diseñen sus productos. Esto se puede hacer a través de plataformas de internet donde los clientes diseñan y valoran los diseños. Los diseños mejor valorados son entonces adoptados por la empresa y puestos a la venta.

Comunicar al equipo de colaboradores una visión que tenga como centro al cliente y no seguir pautas o repetir tareas que no tengan al cliente presente. Toda tarea ha de tener como objetivo satisfacer las necesidades de un cliente concreto –sea interno o externo–; si no es así, hay que suprimirla. Utilice mucho las palabras *fascinar*, *hechizar*, *deslumbrar* y *deleitar*.

Innovar. Si innovamos más que la competencia, tendremos todo a nuestro favor. La innovación ha de ser continua y en todo: producto, procesos, marketing, etc. Los clientes siempre necesitan mejores soluciones, más baratas, con mejor diseño, más duraderas, con menos mantenimiento, menos contaminantes, más locales, etc. Lo ideal sería que no existiese el departamento de innovación, sino que toda la empresa fuese ese departamento.

Concretar. Hay que pensar en lo global pero actuar en lo concreto. ¿Qué cliente?, ¿en qué fecha?, ¿cuál fue el er-

ror?, etc. La información im-

personal y globalizada camufla las verdaderas oportunidades y tendencias del mercado. Sin renunciar a ellas, la clave está en entender y profundizar en casos concretos que nos aporten todos los matices de una situación. Los resúmenes y medias de las cifras no dejan verlo todo. Lo concreto es bello y puede llegar a ser un nicho-filón. ¡Una gema en bruto, un premio para el investigador más osado!

Apueste por verdades relativas. Si se queda esperando a disponer de toda la información relevante, la búsqueda se hace larga y costosa, y una vez aceptada, resulta difícil desapegarse de ella cuando ya no nos sirve. Créame cuando le digo que toda

Toda estrategia acertada ha de ser relativamente fácil de conseguir y funcional

estrategia acertada ha de ser relativamente fácil de conseguir y también ha de ser funcional. Si no sirve, se renuncia a ella rápidamente y sin remordimientos. Convierta cada puesto de trabajo en una empresa. Su misión ha de ser insuflar espíritu emprendedor a todos sus empleados. Haga apoderado a todo miembro de su plantilla. Infórmeles de los objetivos a conseguir y facilítele los recursos que le soliciten. Déjeles a ellos hacerlo a su manera y no se verá defraudado. Un vendedor no puede *semivisitar* a un cliente, y usted no puede *semidelegar*. La *semidelegación* no existe.

Y recuerde: ¡pase a la acción! Describirlo y entenderlo no es hacerlo. Pruebe, equívóquese, rectifique, aprenda y hágalo mejor una y otra vez. El error no consiste en cometer errores. El error es que los empleados se queden parados por miedo a equivocarse. ¡Si ahora tiene usted sensación de calma, es porque se encuentra en el ojo del huracán!

(*) MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ PUJADAS ES CONSULTOR EXPERTO EN RRHH, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIA. 'LECTURER', 'SPEAKER' Y CONSULTOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

ICE - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO

"Formación para directivos líderes"

www.ingenio.cat | www.ingenioschool.com

INGENIO LEADERSHIP SCHOOL