

Por Veronica Gascón

Agencia Reforma

CD. DE MÉXICO.- El ausentismo y la baja productividad "faulean" a las empresas en cada partido de la Selección Nacional que se transmite en horas laborales.

Pablo González, director de operaciones de un call center de Jalisco, aseguró que las ventas bajaron significativamente los días en los que jugó la Selección.

En un día normal de trabajo, de 9 a 6 de la tarde, se realizan 10 mil llamadas y se logran 200 ventas. Sin embargo, las jornadas en las cuales se transmitieron los partidos el equipo nacional, las ventas bajan 50% o más.

El ausentismo se eleva hasta 21% en los centros de trabajo, cuando hay eventos deportivos porque los empleados llaman reportándose enfermos para no perderse la transmisión.

Incluso hay quienes faltan un día después del evento deportivo al trabajo, es el caso de 16% de los trabajadores en México, de acuerdo con la empresa Kronos.

Sin embargo, el porcentaje de ausentismo duplica cuando juega el equipo nacional en el Mundial de Fútbol, aseguró Jaime Cardoso, director de la firma Marketing.

En el País, al igual que Francia, Australia e Inglaterra, el fútbol es el deporte que más aficionados tiene, el cual adquiere un impacto significativo en las inasistencias en el trabajo.