

Lo fácil y lo difícil

La política comercial de Banco Sabadell continúa anclada en el pasado, con sistemas de controles internos individuales (objetivos inalcanzables, amenazas e incentivos absurdos), en vez de promover el trabajo en equipo y compromisos que repercuten en un mayor beneficio para la empresa y, naturalmente, para la plantilla.

Esto es lo fácil:

"Buenos días,

Con el fin de **mejorar el cmp (cumplimiento) en margen de seguros y global** para el cierre de febrero, desde la Dirección Regional ponemos en marcha una acción especial basada en la **nueva producción de LifeCare**.

La producción objetivo por zona - fijada en términos generales en base al nº de gestores - es de **40 pólizas en la próxima semana** (30 en Bierzo Orbigo).

Es necesario que realicéis **asignación de objetivo/s por gestor** para asegurarnos el cmp final (DO/APO/Dpyme/GBP/GCO/GCS).

A nivel de Regional se llevará un **seguimiento diario de la producción por zona**. Os corresponde a vosotros el seguimiento diario de la producción por oficina y gestor.

Habrá **incentivo especial para el gestor de la Regional que más LC contrate en la semana** (mínimo de 5).

¡¡A por ello!!"

No parece difícil. Se elige un producto (por ejemplo un seguro LIFE CARE), se establece un período (por ejemplo una semana), se marca un objetivo (por ejemplo vender 40 seguros por zona), se amenaza (por ejemplo diciendo que va a haber un seguimiento diario), se "incentiva" (poniendo mínimos elevados) y por último se anima (¡¡A por ello!!).

Un trabajo fino y elaborado. Hay mucho valor añadido. Este es el trabajo de los que más cobran. Ciertamente el trabajo no parece difícil.

No hay ningún motivo especial para tener que mejorar el Cmp ni en seguros ni en nada a finales de Febrero. Lo que sí hay que mejorar, en Febrero y continuamente, es el servicio a los clientes y los productos que les ofrecemos y eso sí que es difícil.

También es difícil adaptar las exigencias comerciales al tipo de clientes de cada zona y oficina. Lo fácil es decir que cada zona tiene que vender 40 LifeCare en una semana y que se apañen.

El PDC (Plan de Desarrollo Comercial) habla de trabajar en equipo y sin embargo se siguen asignando objetivos e incentivos individuales.

Se siguen exigiendo seguimientos diarios que no aportan absolutamente nada salvo pérdidas lamentables de tiempo en toda la estructura y estrés en los trabajadores que se ven obligados a salir como pueden del punto de mira. Eso origina colocaciones de productos al primero que se tenga a tiro. Mucho curso de PDC pero seguimos sin aprender nada. **¿Dónde queda aquello de "Satisfacer a los clientes nos hace más rentables"?**

Por último, el incentivo, 100 euros para el mejor gestor de toda la Regional, GENEROSO. Lo que sí se aclara es que aunque seas el mejor si no cumples tú solo un mínimo del 12,5% (5 sobre 40) del objetivo de toda la zona no recibirás nada. Por experiencia de otros años sí que algunos se podrán ir de viaje de placer a costa de la mayoría.

Además de estas "perlas", lo mejor es la ayuda que se promete para alcanzar el objetivo buscado: . *"¡¡A por ello!!"*. Realmente motivador y de agradecer. Y si no, te motivan en las reuniones de Zona preguntando cosas del estilo de: *"¿cómo es que hay oficinas con las luces apagadas a las 8 de la tarde?"*. Pregunta que no tiene desperdicio.

Está claro qué es lo fácil y qué lo difícil. El problema reside en que las tareas las asignan los que más cobran; y lo más difícil le toca, casualmente, a los demás.

También está claro que no es lo mismo correr los 100 metros lisos que la maratón. En los 100, se sale a tope desde el principio. En la maratón se marca una velocidad sostenible. Aquí se pide salir a tope desde el principio para correr la maratón. Y así, lo que sucede es que la gente termina reventando, medicándose o cosas peores.

"Tenemos que ser el primer Banco, que actúa priorizando el largo plazo" recomendamos vivamente ver y escuchar el video de la intranet titulado: **"La visión BS, una forma de actuar que nos identifica"** y contrastarlo con la realidad de esta Territorial, el *cortoplacismo* puro.

Desde CCOO seguimos trabajando para que la Empresa adopte medidas contra el exceso de carga de trabajo y la presión desmedida que sigue sufriendo la plantilla en esta Territorial. Y para ello no dudamos en actuar en todos los ámbitos dónde mejor podamos defender los intereses de la plantilla.

Ficha de afiliación

Enviar a ➔ CCOO CPI: 3596

Fecha.....

Nombre y apellidos

DNI Fecha de nacimiento Teléfono particular

Correo electrónico particular

Dirección

Población Código postal

Centro de trabajo:

Firma de afiliación

Domiciliación bancaria SEPA

Cuenta IBAN:

Firma de la domiciliación

PROTECCIÓN DE DATOS:

Tus datos serán incorporados a un fichero titularidad de CCOO integrado por los ficheros pertenecientes a la confederación o unión regional correspondiente según el lugar en que radique tu centro de trabajo, a la federación del sector al que pertenezca la empresa en la que trabajes, así como - en todo caso - a la CSCCOO. En siguiente URL puedes consultar los diferentes entes que componen CCOO: <http://www.ccoo.es/sindicato/sindicato.html>. La finalidad del tratamiento de tus datos por parte de todas ellas la constituye el mantenimiento de tu relación como afiliado, con las concretas finalidades establecidas en los estatutos. Además de lo indicado tus datos pueden ser empleados por CCOO para remitirte información sobre las actividades y acuerdos de colaboración que se establezcan con otras entidades. Siempre estarás informado en la web de CSCCOO (<http://www.ccoo.es>) de dichos acuerdos y de los datos de dichas entidades. Puedes ejercitar tus derechos de acceso, rectificación, cancelación y, en su caso, oposición, enviando una solicitud por escrito acompañada de la fotocopia de tu D.N.I. dirigida a CSCCOO con domicilio sito en la C/ Fernández de la Hoz nº 12, 28010, Madrid. Deberá indicar siempre la referencia "PROTECCIÓN DE DATOS". Si tienes alguna duda al respecto puedes remitir un email a lodp@cco.es o llamar por teléfono al 917028077.