



Secció Sindical Catalunya d'U.G.T. - DEUTSCHE BANK

Ronda General Mitre, 72-74 Planta 1ª - 08017-BARCELONA

web: <http://www.ugtdb-cat.org>

¿Quo Vadis?...La realidad . . . ¿ no va por otro lado?

A veces tenemos la impresión de que estamos viviendo dos mundos diferentes, por un lado la tozuda realidad y por otro las exigencias que sobre la red se están volcando una y otra vez. Se hacen planes y se trazan objetivos sobre el papel sin tener en cuenta las situaciones, cargas de trabajo, plantillas infradotadas, sistemas informáticos obsoletos, crisis económica...etc y luego se pretende que la realidad se adapte a la virtualidad que figura en el papel.

¿Cómo, si no, se entiende que se exija la realización de cursos capacitadores para la venta de productos de campaña cuando en demasiadas ocasiones, a pesar de su realización y superación, el sistema no graba la aprobación y después de la venta, eso sí, el sistema pasa factura en forma de resta puntos y, por si fuera poco, el osado gestor entra en sospecha de estar trabajando con malas prácticas?

¿Qué explicación tiene que dada la presión de la CNMV, a la que no parece gustarle la comercialización, por el canal retail, de los productos de campaña que comercializamos, el Banco, unilateralmente, decida cambiar a la baja los perfiles de los clientes derivados de un documento firmado por ellos, lavándose así la cara; y ahora se presione a la red para que vuelvan a "reperfilarse" a los mismos antes de fin de año, volviéndolos así a poner dentro del rango de perfiles susceptibles de ser compradores de esos productos? ¿No es esto, acaso, un claro traslado de responsabilidades desde arriba hacia abajo, dando la espalda a la realidad?

¿Bajo qué razonamientos se eleva, trimestre a trimestre, la exigencia en el número de éxitos obtenidos en los impactos sobre los listados colgados en Activa, hasta llegar a la exageración?

¿Cuál es la tasa de éxito normal, en el mercado, en campañas de telemarketing? ¿Se trata únicamente de una loca carrera por batir la propia media que no tiene fin hasta alcanzar el cien por cien en todas las oficinas, escapando a toda lógica realista?

A veces, dada la falta de enraizamiento en la realidad cotidiana que se vive en las oficinas, se produce la sensación de estar siendo protagonistas de un videojuego basado en el mito de Sísifo.

¿Estamos condenados a empujar la roca montaña arriba sólo para ver como, al alcanzar la cima vuelve a caer por la pendiente y vuelta a empezar? Pantalla a pantalla, trimestre a trimestre...

Recibid un cordial saludo.