



**TCM**  
Comunicaciones

Sector Estatal  
Comunicaciones

Adherida a



# Informe

## **Comisión de Comercial Telefónica**

Madrid, 15 de enero de 2010

La empresa informa de la reorientación del modelo de Mediana empresa hacia una nueva redefinición de nuestros clientes desde una perspectiva completamente convergente. Así, explican que se ha hecho una segmentación que tiene en cuenta el valor de los clientes tanto en fija como en móvil, desde unos criterios únicos que han tenido en cuenta el número de líneas, la facturación tanto de fijo como de móvil y la complejidad del parque del cliente, de la que han surgido 4 niveles de clientes y 16 tipologías. Aclaran que no cambia el número de clientes del segmento, ni el número de comerciales sino que, como en toda nueva segmentación, se incorporarán nuevos clientes y otros cambiarán de segmento.

Informan igualmente que esta resegmentación ha tenido como consecuencias una redistribución territorial de los clientes, lo que ha dado lugar a algunos traslados de comerciales en Diciembre, y se han asignado carteras a un cierto número de los anteriores vendedores especialistas lo que, combinado todo, ha incidido en una ligera disminución del número de clientes por cartera, y la homogenización de éstas.

Ante nuestras preguntas, indican que se está trabajando en la mejora de las aplicaciones, pudiendo proporcionar ahora mismo visibilidad de los datos de móvil y de fijo y mejorando el acceso a todas las herramientas, estando solicitado ya el diseño de una nueva herramienta única "convergente".

Se entregan los planes de incentivos de los segmentos de Residencial, Autónomos, Canal Indirecto, Canal On Line y Pequeña y Mediana empresas. Todos expresamos nuestra satisfacción por el cumplimiento, por fin, de uno de los compromisos adquiridos en la mesa como era la confección y presentación en tiempo y forma de los planes de incentivos.

Comentan que respecto a Mediana el plan de incentivos sigue en la línea de los anteriores. Se recupera el puesto de trabajo, no aparecen las visitas como objetivo, aunque se deja claro que como vendedores presenciales es ineludible su realización, y en cambio se introduce como objetivo la actualización de los interlocutores. En el futuro se valorará la inclusión de los contactos en el plan pero aún está en estudio.

Desde **UGT** se valora positivamente que desaparezca el carácter de palanca penalizadora de las visitas, entendiéndose que con ésta medida, la a nuestro juicio excesiva presión que se hacía sobre este concepto desaparecerá, lo que contribuirá a una mejora del clima laboral.

Se informa de la implantación del Plan Turna en Mediana, tras los buenos resultados obtenidos por el piloto realizado en Barcelona y Valencia. El objetivo es mantener la atención a los clientes de aquellos comerciales que estén en situación de baja laboral de corta duración, para lo que se establece un determinado número de vendedores que cubrirán esas situaciones mediante atención telefónica, asignándoseles un plan de objetivos/incentivos específico.



**TCM**  
Comunicaciones

Sector Estatal  
Comunicaciones

**Comisión de Comercial  
Telefónica de España**

Desde **UGT** nos felicitamos por la adopción de ésta medida, en cuanto que responde a una reivindicación histórica de nuestra organización, habiendo manifestado siempre por nuestra parte que la sobrecarga de trabajo que se introducía al resto de compañeros cuando se producían situaciones de baja en las oficinas no sólo era injusta, sino que además introducía nuevos factores de riesgo al aumentar la carga de los “sanos”, produciéndose un aumento exponencial de las bajas por dichas situaciones.

Por otro lado, expresamos que nos hubiera gustado conocer en profundidad de forma previa los resultados del piloto para poder hacer nuestras aportaciones al Turna, evitando de este modo los pequeños fallos de funcionamiento que se vienen detectando en la implementación que, no por ser lógicos en cualquier estreno, no significa que no se hubieran podido evitar de haber contado con nuestra participación.

Sin cuestionar el modelo, creemos que la asignación de objetivos en 50% de atención al cliente y 50 % en ventas de Aplicatecas (antiguos SVAs) no parece corresponderse con la filosofía del Turna, entendiéndolo más lógico que se valorase más la atención que la venta.

La asignación de vendedores ha pretendido cubrir todos los territorios, siendo la actual distribución:

Barcelona	5	Cádiz	1
Córdoba	1	Granada	1
Las Palmas	1	Madrid	1
Málaga	1	Palma de Mallorca	1
Santa Cruz de Tenerife	1	Sevilla	1
Tarragona	1	Valencia	3
Asturias	1		

El segmento de Autónomos informa que se van a conceder algunas jornadas reducidas voluntarias más, amén de las jornadas reducidas por causa legal que se conceden, e informan que éstas se están analizando ya que se ha detectado algunos cambios de modalidad del disfrute de jornada coincidiendo con períodos vacacionales, lo que entienden que podría ser un abuso del derecho. La empresa quiere dejar claro que en ningún caso cuestiona el derecho sino que sólo pretende ajustar su aplicación al artículo 117 de nuestra NL.

Por otra parte, la concesión de dichas jornadas hace que de facto el volumen de plantilla que está trabajando de mañana supere el 50% del personal, cuando el compromiso de la empresa, adquirido en los acuerdos del 2006 era del 38 % de mañana, por lo que indican que deberemos retomar aquellos acuerdos en algún momento, para su adaptación a la situación actual, respondiendo por nuestra parte que efectivamente es nuestra intención aportar nuevas ideas en materia de flexibilización de jornada e implantación de medidas, como la jornada europea, que han funcionado muy bien en otros segmentos.

La empresa informa que la actual rueda de guardias, que se hacía en varios centros, se pretende centralizar en uno sólo cada vez, para una mejor gestión de los recursos tanto técnicos

como humanos, para lo que se establecerá la oportuna rotación. Indican que no disminuirán el número de guardias sino que las unifican en un solo centro cada vez.

Por nuestra parte, sabiendo que la medida se ajusta a los acuerdos del 2006, manifestamos nuestra preocupación al entender que pudiera afectar a la atención idiomática y que puede limitar la posibilidad de cambios de guardia entre los compañeros, afirmando la empresa que la atención idiomática estará garantizada en todo momento.

Desde **UGT** solicitamos información sobre el reciente fallo en la aplicación que gestiona los cambios de turno, demandando a la empresa que indique cuales son las medidas adoptadas para garantizar que la concesión de todos los cambios solicitados.

La empresa responde que se trata de una situación puntual ligada a un error de la aplicación, y excepcional sobre la que se trabaja para efectivamente atender todas las solicitudes, incluso acudiendo a apuntes manuales si es preciso.

**UGT** demanda información sobre las medidas adoptadas por el servicio mancomunado de prevención y los distintos segmentos, una vez conocidos los resultados de la encuesta de riesgos sicosociales informados en la última reunión del Comité Central de Seguridad y Salud del 15 de Diciembre del 2009.

La empresa comenta que su intención es informar en el foro que corresponda y, en relación a la evaluación de Riesgos Sicosociales, manifiesta que forma parte de la función preventiva de la empresa, por lo que efectivamente se informó en diciembre en el Comité Central de Salud Laboral de los resultados y que cada comité provincial podrá estudiar las medidas a tomar, que se tratarán en la siguiente reunión del comité de prevención. Sin embargo, la empresa comenta que, aún habiendo algunas mejoras en la encuesta respecto a la anterior, proponen un conjunto de medidas que entienden contribuirán a la mejora de algunos parámetros que se deben corregir:

#### Residencial

- Hacer grupos de trabajo en centros con la RR.TT.
- Optimizar herramientas
- Plan conjunto marketing y ventas
- Reducir el portfolio de productos
- Eliminar 2ª y 3ª pregunta de comprobación
- Comunicación en los centros
- Sustitución plataforma de atención

#### Mediana y Autónomos

- Grupos de trabajo
- Vías de comunicación bidireccional
- Mejora herramientas
- Implantación del Hera+
- Adecuar calendarios, ejemplo escalones de facturación con promociones
- Sustituir plataforma de atención
- Formación



**TCM**  
Comunicaciones

Sector Estatal  
Comunicaciones

**Comisión de Comercial  
Telefónica de España**

De estas medidas se informará exhaustivamente en Prevención.

**UGT** solicita igualmente aclaración sobre las escuchas que se están realizando en el Distrito C dentro de la iniciativa GPS denominada "la voz del cliente", que hemos conocido por su publicación en la intranet, y sobre su repercusión, si la tiene, sobre los comerciales.

La empresa aclara que es una iniciativa dirigida a indagar lo que el cliente opina de Telefónica, el foco no es el comercial, sino el cliente. Lo que se pretende es acercar el cliente al resto de la empresa. Que todos los departamentos, y no sólo Ventas, conozcan qué piden nuestros clientes, qué esperan y que opinan de Telefónica. En definitiva, lo que se pretende observar es la opinión del cliente y no la atención o la actuación del comercial. Aclaran que el acceso a la sala es restringido y que su acceso es mediante previa reserva.

Solicitamos información sobre la repercusión en la actividad de los CAC de Comercial la reciente incorporación de 400 ABTC habida en la convocatoria de finales del 2009.

La empresa informa que dichas incorporaciones no tienen ninguna relación con el CAC, que seguirá realizando la atención al cliente en la actual modalidad. Aclara que la finalidad del ABTC es mejorar la atención del cliente, extendiendo a otras áreas la figura del ATC que ya está en Empresas, indicando que, en todo caso, la mejora de la atención del cliente en todas las áreas repercutirá siempre positivamente en las condiciones de los CAC.

Solicitamos la revisión del acuerdo del 2002 que regula la asignación de objetivos e incentivos y la formación de los trabajadores que compaginan la actividad sindical y la comercial, al entender que es un acuerdo ya superado por los sucesivos convenios colectivos posteriores.

La empresa afirma que recoge la petición y que está dispuesta a renovar el documento y trasladarnos una propuesta, aclarando que entiende posible disminuir la actual limitación del tiempo de dedicación a la actividad sindical, cifrada ahora en el 50%, y su ampliación a más áreas comerciales que las incluidas en el anterior acuerdo, diferenciando la teleatención y la atención presencial, pero aumentando el margen del preaviso actual.

Finalmente demandamos que se aborde cuanto antes la extensión de la carrera comercial a nuevos colectivos, entendiendo que la convergencia fijo-móvil y la cada vez más compleja actividad comercial está derivando paulatinamente hacia una mayor actividad de venta de trabajadores que anteriormente se orientaban exclusivamente hacia la atención del cliente. La empresa responde que lo analizará.

**UGT Comunicaciones  
Telefónica de España S.A.U.**