

PIEDRAS CONTRA NUESTRO TEJADO

A las 8:15h de la mañana abren más de 400 sucursales de ABANCA, con una plantilla preparada para atender a cada persona que entra en la oficina y para ofrecer el mejor de los servicios. Pero parece que la empresa nos pone palos en las ruedas con unas normas y unos horarios que nos aleja de nuestro principal cometido que es, dar servicio a nuestra clientela.

Personas que llevan años siendo clientela de ABANCA, que han depositado sus ahorros y su confianza en su plantilla, a quienes hemos asesorado en sus negocios, les hemos financiado sus viviendas, y hasta, en ocasiones, hemos ido a la boda de sus hijos e hijas y asistido al nacimiento de sus descendientes. Hemos realizado el camino de la mano y ahora parece que nos obligan a que nos separemos, enviándonos al cajero sin más.

No es así como la plantilla quiere relacionarse con su entorno, no es así como se fortalecen las relaciones ni se crean los vínculos con la clientela, no es así como se premia la fidelidad de nuestra gente. Porque no toda nuestra clientela es igual. No tienen exactamente las mismas necesidades. Y desde los centros de trabajo tenemos que escucharla, evolucionar con ella, hacer que el destino sea común, y hacer que toda esta gente que confía en la plantilla de ABANCA llegue a un destino que le resulte agradable y agradeciendo la compañía. Es la forma de hacer negocios viables para las dos partes.

Nos gusta trabajar con nuestra clientela, y nos gusta, aunque nos pongan palos en las ruedas.

Creemos que la empresa debe escuchar más a su gente y crecer en la búsqueda de soluciones a los problemas, en vez de crearlos. No se puede vivir de espaldas a la realidad de la clientela y cargarle el muerto a la plantilla.

ABANCA no puede vivir de espaldas a la realidad de nuestro país, a la realidad de nuestra clientela, sea cual sea su edad.

La solidaridad no se predica, se demuestra. Y la campaña publicitaria que se ha lanzado en estos días daña nuestra razón de ser: la clientela, y va contra nuestro propio eslogan “sentir común”.

Nuestra clientela se queja de que la estamos echando. Que no la queremos. Y se siente ofendida por ello.

CC.OO. y **UGT**, como representantes del sentir de una parte importante de la plantilla, queremos manifestar nuestro desagrado por esta campaña publicitaria que lejos de traer negocio al banco desmotiva a nuestra gente y le hace sentir como indeseables para el Banco.

Están a tiempo de corregirlo, póngale remedio quien tenga la facultad de hacerlo, demuestren su agradecimiento a nuestra clientela de toda la vida.

Esperemos que nuestros abuelos y nuestras abuelas, nunca se olviden de nuestra empresa y no nos dejen a estas alturas del camino, como parecemos querer darles a entender en esta campaña publicitaria.

Mandemos mensajes en positivo, y no demos lugar a malos entendidos que nos puedan dar muchos disgustos.