

# Historias para no dormir

Por los modos y formas que la Dirección ha empleado en la comercialización de la emisión de participaciones preferentes, parece que no acaba de confiar en la capacidad comercial de sus equipos.

En primer lugar hizo una campaña de *pre-venta* agresiva, que no debería efectuarse para ningún producto, pero menos aún para un producto complejo y de difícil explicación para los clientes.

La campaña se ha llevado a cabo con un calendario no cerrado y con numerosas improvisaciones, y lo que es peor, sin que las condiciones de emisión estuvieran definidas. Tan sólo se dio a conocer el tipo de interés para los dos primeros años, desconociéndose la cantidad mínima para poder entrar en la emisión, el importe de los títulos, el tipo de interés para los años siguientes, el plazo de amortización y el vencimiento. Entonces: ¿qué estábamos vendiendo? ¿A quién?

Las dudas se mantuvieron hasta la tarde del 29 de enero, o sea, con una antelación de uno o dos días, viernes y sábado, aunque una buena parte de la red no tenga abierto los sábados.

En un aula virtual se expusieron las características de la emisión y se recordó a los empleados que es su responsabilidad respetar escrupulosamente una serie de normas. En este aula también se expuso, con absoluta claridad, que no era un producto adecuado para los ahorros de jubilados, ni de aquellas personas que en una situación tan complicada como la actual pudieran tener necesidad de disponer de sus ahorros. No obstante, en un principio se le vendió a la red como un producto estupendo, alternativo a los depósitos a plazo, con una rentabilidad muy superior y un margen que nos iba a sacar a todos de la crisis: a los clientes, a los empleados y al banco. Si tu cliente trabaja en una constructora, bien sea el peón

albañil, la secretaria del presidente o el arquitecto y sabes que esa constructora ha presentado un concurso de acreedores, ¿se lo recomendarías para sus ahorros? ¿Y a tu padre, jubilado con 70 años, sin más ahorros que esos?

¿Y en ese momento quién se atreve a comunicar a su Zona y Territorial que lo que han *prevendido* no está tan bien *prevendido*? Por lo que vuelta a empezar y a buscar nuevos compradores sobre la marcha, teniendo que romper numerosos compromisos establecidos previamente por una información errónea. Esto no aporta más que un mayor grado de *stress* y frustración.

Por si eso fuera poco, las instrucciones pasaban por qué se teclearan las órdenes rápidamente, ya que podían terminarse las existencias. ¿Estaban los compradores esperando en las oficinas mientras los empleados las tecleaban? Seguro que no, y eso que el colapso del sistema provocó que todo se demorara otras dos horas.

Si a los trabajadores se nos exige ser profesionales, algo que compartimos plenamente, también lo ha de ser la Dirección. Ésta debe planificar adecuadamente una campaña de estas características, dando a conocer el producto con la debida antelación, dotarles del correspondiente argumentario, información adecuada de público objetivo, proveer al personal de todos los documentos necesarios para que puedan incorporarse al sistema en el momento adecuado y sin colapsos del sistema.

**¡Menos agresividad, menos improvisación, más preparación y más confianza!**

Febrero de 2009

Boletín de afiliación	Enviar a ➔	3532-0002 CC.OO.	Firma
Nombre _____		Ofi.: _____	
Domicilio _____		C.P.: _____	
Población _____			
Cta. adeudo _____			
			DNI _____ Fecha / / _____
<small>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: <a href="http://www.ccoo.es/sindicato/sindicato.html">http://www.ccoo.es/sindicato/sindicato.html</a>. 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 (<a href="http://www.ccoo.es">http://www.ccoo.es</a>) 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 <a href="mailto:lopj@cco.es">lopj@cco.es</a> o llamar por teléfono al 917028077.</small>			