

CCOO Federación Servicios



El valor del tiempo - del empleado

Recientemente, Deutsche Bank ha lanzado un nuevo spot de su campaña "El valor del tiempo". En este caso se trata de una bailarina que explica que ha tardado 15 años en conseguir la madurez y seguridad necesarias para estar en la élite del sector. Si en lugar de ser bailarina fuese empleada de Deutsche Bank ya la habrían despedido hace tiempo por baja productividad.

El Banco inició una campaña publicitaria en la que valoraba el tiempo de nuestros clientes. Recordaréis a aquel padre que, parando el tráfico, le decía a su hijo "*Entre tu y yo el tiempo no se compra ni se vende, se disfruta.*"

Es evidente que ese padre del anuncio no es un empleado del Banco. Con nuestro día a día, queda claro que es lo que le preocupa al Banco no es el tiempo que los empleados tienen para disfrutar con sus hijos.



1 segundo

Es una eternidad cuando públicamente recibes una reprimenda por no haber conseguido uno de los múltiples objetivos semanales, aunque hayas conseguido el resto.

40 minutos

Es la media de tiempo que se pierde cada día en call's ineficaces. Es el tiempo que pierde cada empleado respondiendo correos improductivos. Es el tiempo que se pierde en labores administrativas después de cerrar una operación para suplir el déficit tecnológico que tenemos.

15 años

Es la medida de tiempo que debería tener como visión estratégica de futuro la Dirección. Y no

El valor del tiempo - del empleado

cumplir con cada "Q" para salvar su bonus.

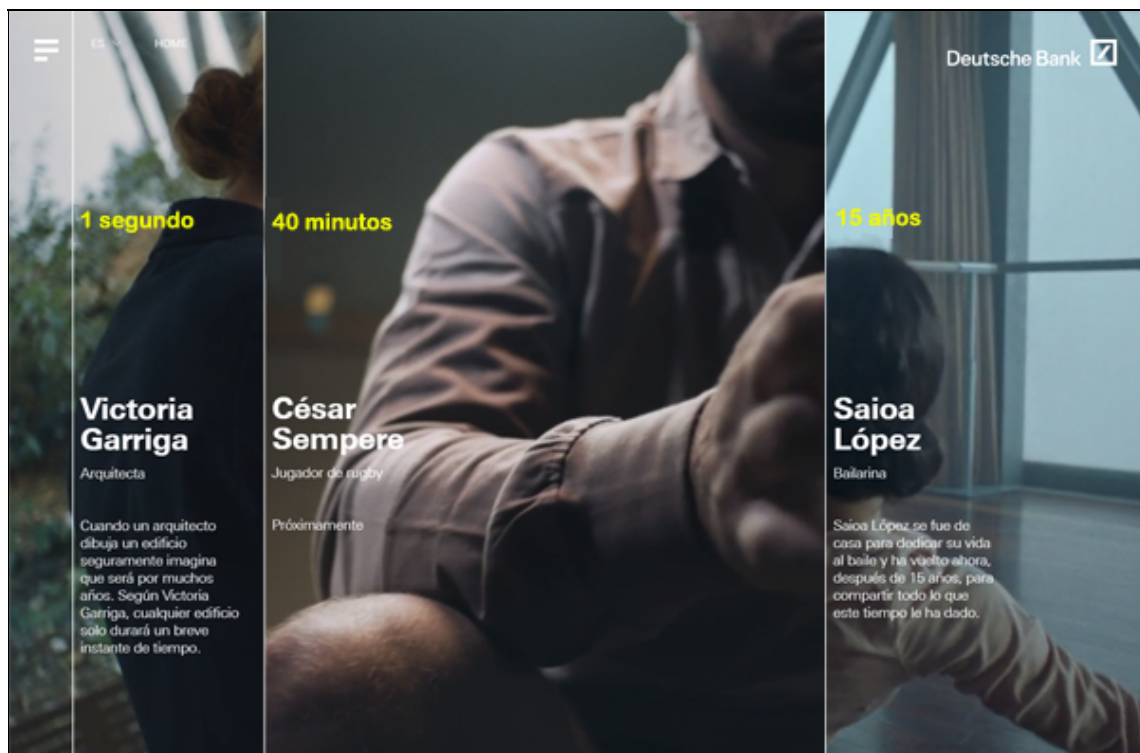
Para que no te roben tu tiempo tienes a CCOO. Porque nosotros sí valoramos tu tiempo. Estamos comprometidos en ello y vamos a trabajar para que se cumplan los horarios, se establezca una desconexión digital y se pueda efectuar una verdadera Conciliación de la Vida Familiar y Laboral.

Vamos a trabajar para que no tenga cabida en nuestra Entidad la amenaza constante que no es más que la demostración de la falta de capacidad y de argumentos de quien la realiza. Debemos eliminar cualquier factor que genere riesgos psicosociales a los trabajadores.

De lo que se trata es de tener un Sindicato fuerte, con ideas lúcidas y con propuestas para construir tu futuro. Ese Sindicato es CCOO.



Podéis ver la base de la campaña en los siguientes enlaces:



2019 © CCOO SERVICIOS.