

1 de abril de 2024

Un centenario al alcance de pocos

VALORACIONES DE CCOO A LOS SRV DE ABRIL 2024

Desde **CCOO** entendemos que esta política es continuista porque **LE ESTÁ FUNCIONANDO A LA EMPRESA**. Un modelo de SRVs basados en unos objetivos difícilmente alcanzables y establecidos con unos criterios opacos (que no informan ni explican). El esfuerzo para alcanzarlos raras veces se recompensa económicamente en proporción al trabajo realizado por las personas que los generan pero, sin duda, sí deben generar los suficientes beneficios empresariales pues replican mes a mes los mismos SRVs con algunas variaciones.

La empresa nos dice que que hay mejoras e incrementos en las retribuciones, pero esta declaración sin datos no nos basta. En **CCOO** queremos **datos reales** que podamos contrastar con total transparencia. Nos hacéis muchas preguntas, pero sin estos datos objetivos no podemos responder. Y en **CCOO** también nos preguntamos:

¿La compañía retribuye por venta lo que realmente puede pagar? ¿Cómo se reparte la bolsa de comisiones? ¿Los SRVs de abril realmente festejan una fecha tan señalada como es el centenario?

CCOO solicita un cambio de planteamiento y que se lance **un incentivo acorde con la importancia de la celebración, al alcance de todo el personal comercial y sin condicionantes**.

Como el *Plan Comparte*, un plan exclusivo para empleados y empleadas de la compañía que, si recomiendan Movistar a sus conocidos, pueden conseguir más de 200€

Desde **CCOO** consideramos que, para el bien de la Empresa, es necesario motivar e incentivar adecuadamente al personal comercial con objetivos "creíbles" y dotaciones económicas en condiciones.

CONTACTANOS EN

td.ccoo.comisionesobreras@telefonica.com



UNA OPORTUNIDAD PERDIDA

CCOO reclama:

- **OBJETIVOS REALISTAS** y **CREÍBLES**. Información de los criterios para establecer los objetivos, así como los datos de la evolución de las comisiones por áreas productivas y geográficas.
- **SRVs SIN CONDICIONANTES**
- Que los premios y retribuciones extraordinarias por campañas o rankings no sean a costa de la bolsa de las comisiones mensuales. Es decir, que por pagar a unas cuantas personas un extra, no se vaya a reducir el monto a repartir.

Las comisiones repercuten en el poder adquisitivo de los y las comerciales. Personal que constituye el motor de la compañía y que tienen los salarios base más bajos.

El poder de cambiar las cosas