

COMERCIALES

Cada vez es más el personal de **áreas comerciales** que nos habla de la misma problemática: la actividad se ha vuelto insostenible. A estos profesionales **les gusta vender** y su profesión, **pero no así**.

También nos hablan de **jornadas interminables**, **desplazamientos frecuentes**, de objetivos cada vez más inalcanzables y de una carga administrativa que no les deja tiempo para lo esencial: la venta. A eso se suman tareas que no les corresponden, pero que siempre acaban recayendo en este colectivo: gestiones internas, reclamaciones, soporte técnico, ajustes de ofertas, documentación y un largo etcétera.

La **situación** que nos trasladan está relacionada con **los objetivos y el sistema de evaluación**. Se les ponen metas desproporcionadas, a veces incluso cuando el año ya está avanzado y sin tener en cuenta el contexto.

Además, el sistema de evoluciones e involuciones que aplica la empresa no es transparente. **¿Quién decide cómo se reparten los objetivos y carteras?** Nadie lo explica.

Este nivel de presión ya hace tiempo que viene teniendo **consecuencias tangibles**: nos referimos a bajas médicas, errores, frustración y una enorme pérdida de motivación. No se trata solo de un trabajo exigente, sino de **un entorno que acaba afectando a la salud mental** del equipo comercial.

¿QUÉ PROPONE SUMADOS?

- **Participación del colectivo y de la Representación Social** en la fijación de objetivos.
- **Eliminación del sistema de involuciones.**
- **Respeto de la jornada laboral:** registro de las horas reales realizadas y abono de las horas extra.
- Respeto escrupuloso del **derecho a la Desconexión Digital**.
- **Facilitar la movilidad interna** para quienes quieran salir del área comercial, hacia otras actividades de la compañía o hacia otros segmentos y jefaturas, dentro de Comercial.
- **Actualización de las compensaciones económicas** asociadas a desplazamientos.
- **Objetivización** de los SDO's.
- En aquellos **PIC con la palanca de margen en Venta TI** se debe ponderar el margen no solo por la empresa proveedora (p.e. TSOL, TTECH, ...) sino también teniendo en cuenta aquellos segmentos en los que no hay posibilidad de actuar sobre el margen (p.e. Concursos en AAPP) o en aquellas verticales que son negocios de volumen, con muy poco margen (p.e. Venta de equipamiento en Puesto de Trabajo)
- **Protección ante cambios significativos de cartera** tanto de cara a consecución del PIC como a el resultado en carrera comercial
- **Revisión de procesos y de sus responsables** con SLAs entre departamentos y medición periódica de la calidad. Descripción clara de lo que es función de comercial y lo que no (fijando un responsable y sus correspondientes SLAs)
- **Valorar coche de empresa** para los profesionales que hacen muchos kilómetros (p.e. Venta especialista, Canales B2C, Remeco,..), con seguros que cubran accidentes laborales y a los posibles acompañantes (mandos, preventas, ventas especialistas...)

