



*Comunicaciones*

*Nuevo Modelo de Comercial*





# Comunicaciones

## Índice

<b>PERCEPCION ACTUAL DEL TRABAJADOR/A SOBRE COMERCIAL .....</b>	<b>5</b>
1.- Jornada Turnos y Horarios.....	5
2.- Herramientas y Aplicaciones Informáticas .....	6
3.- Formación .....	7
4.- Objetivos .....	8
5.- Procedimiento de evaluación en la carrera comercial.....	9
6.- Pasarelas entre segmentos.....	10
7.- Salida de la carrera .....	10
8.- Condiciones laborales a mejorar.....	11
<b>Necesidad de una negociación en Comercial .....</b>	<b>12</b>
<b>Necesidad de un nuevo modelo de comercial.....</b>	<b>14</b>
<b>Nueva Definición del Área de Comercial.....</b>	<b>15</b>
<b>Una nueva figura de vendedor presencial .....</b>	<b>17</b>
<b>Necesidad de una respuesta global .....</b>	<b>17</b>





# Comunicaciones

El presente documento, elaborado a partir de las aportaciones del **grupo de trabajo de Comercial** creado por **UGT** al efecto, e integrado por delegados y trabajadoras del área de Comercial de todos los segmentos, **no pretende ser un tratado exhaustivo e inamovible**. Simplemente intenta reflejar la situación del área, pretendiendo **aportar soluciones y propuestas para solventar los problemas** existentes, ligados a la actividad comercial, y **proponer nuevas vías para resolver las tensiones que la territorialización ha introducido** en el modelo de comercial pactado, y **afrontar los cambios** que se avecinan ligados al impacto que, en nuestra sociedad, y por extensión en nuestros clientes, tiene ya la digitalización, la robotización y la inteligencia artificial.

Es por tanto **un documento abierto, susceptible de futuras aportaciones y mejoras**, que marca **nuestra hoja de ruta para la negociación** que creemos resulta ya imprescindible en comercial, para **dar respuesta a la injerencia de la territorialización en el modelo y adaptar el área a la nueva realidad digital** y certificar que Telefónica siga siendo la primera empresa del sector, garantizando en el proceso no sólo **la continuidad del empleo futuro**, sino también **la progresión profesional y económica, la salud laboral y la conciliación de la vida laboral y familiar de los trabajadores y trabajadoras del área de Comercial**.



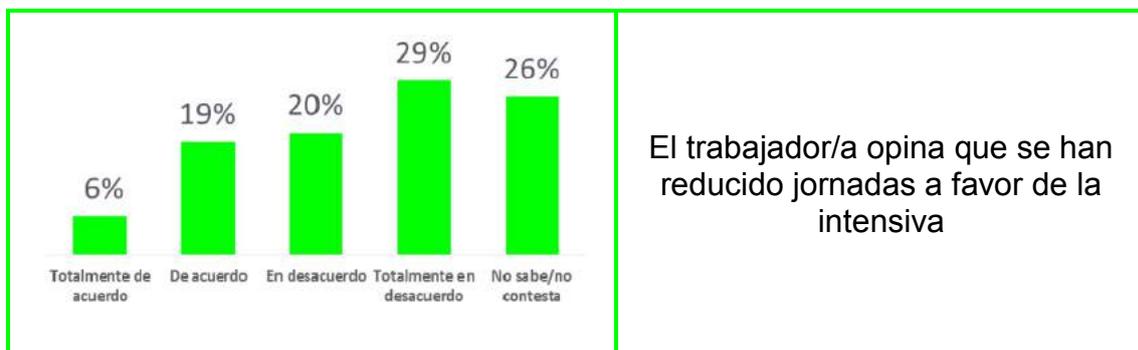


# Comunicaciones

El grupo de trabajo de Comercial de UGT ha realizado una serie de **encuestas** para valorar tanto **la situación actual del área** como las **posibles mejoras** que, en opinión de los propios trabajadores y trabajadoras, precisaría Comercial ante el futuro, de forma que podamos **incorporarlas a la negociación colectiva**.

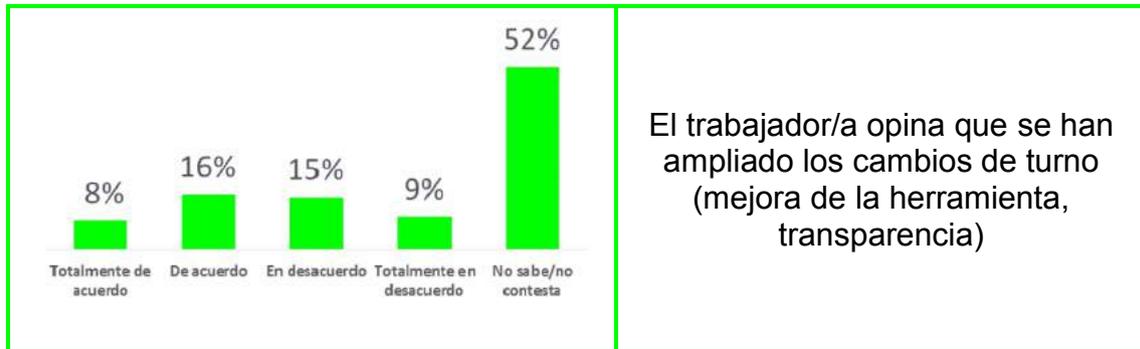
## PERCEPCION ACTUAL DEL TRABAJADOR/A SOBRE COMERCIAL

### 1.- Jornada Turnos y Horarios

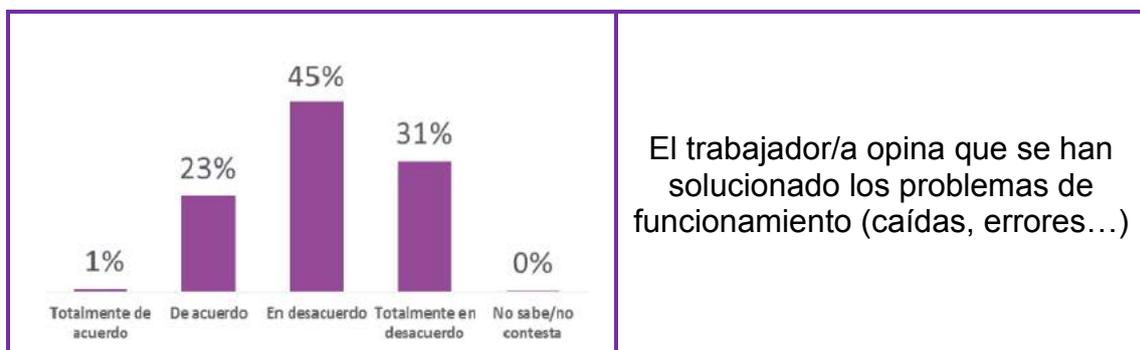
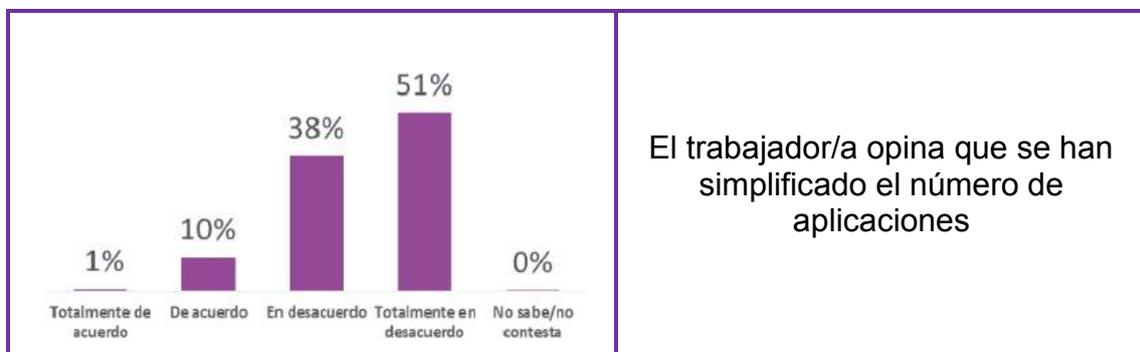




# Comunicaciones

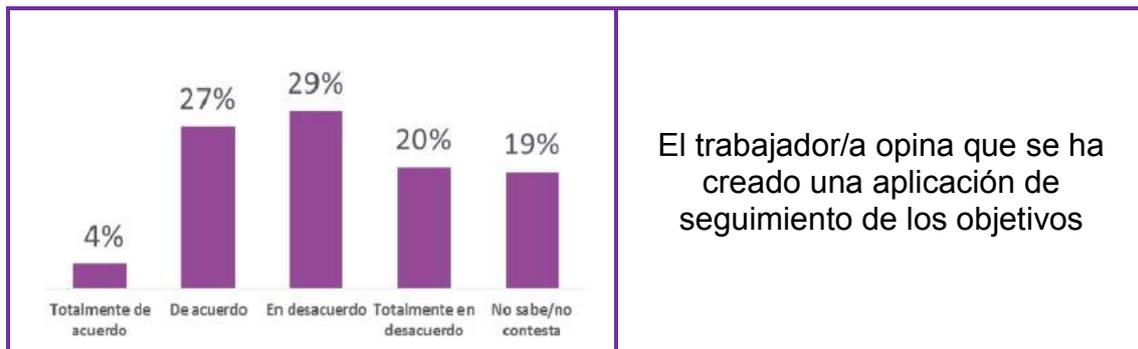


## 2.- Herramientas y Aplicaciones Informáticas

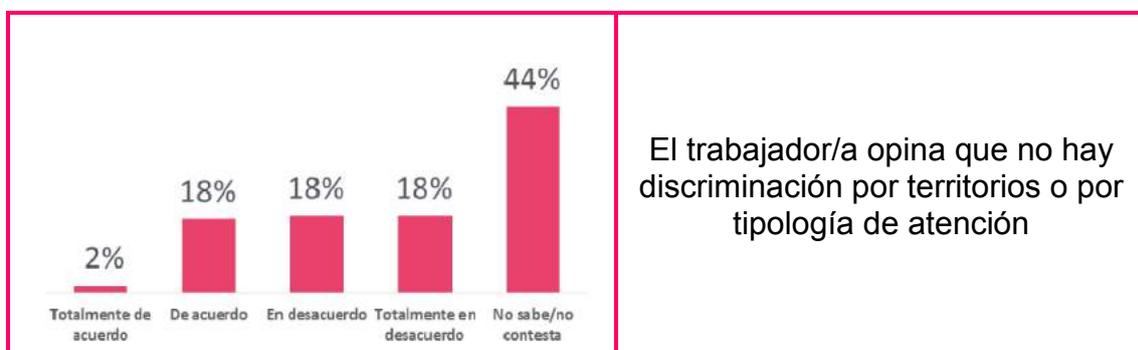
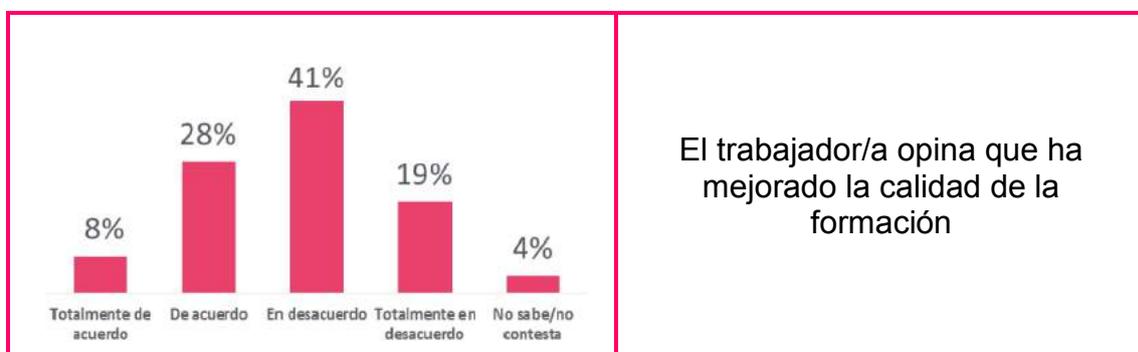




# Comunicaciones

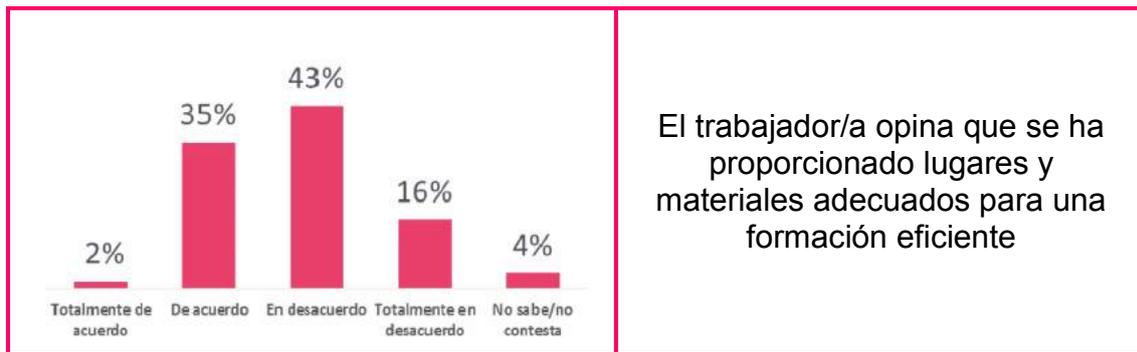


### 3.- Formación

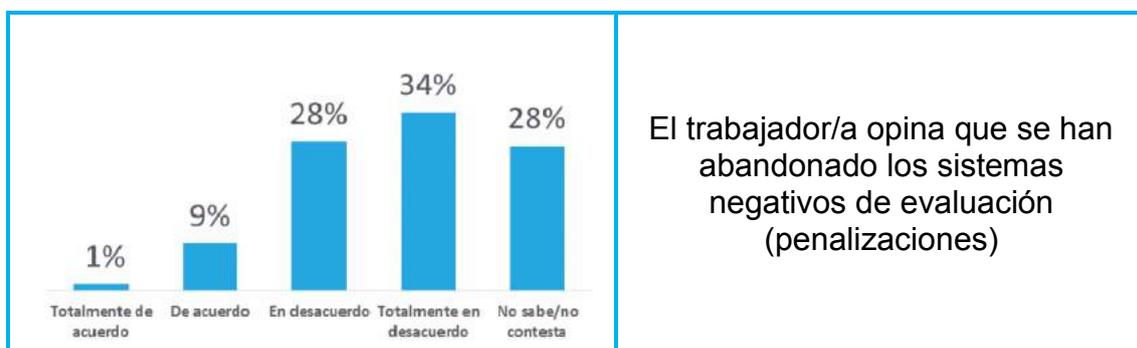
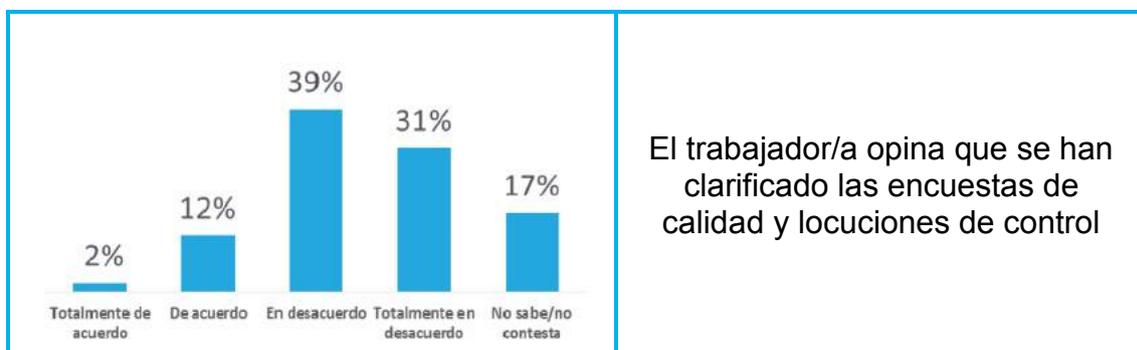
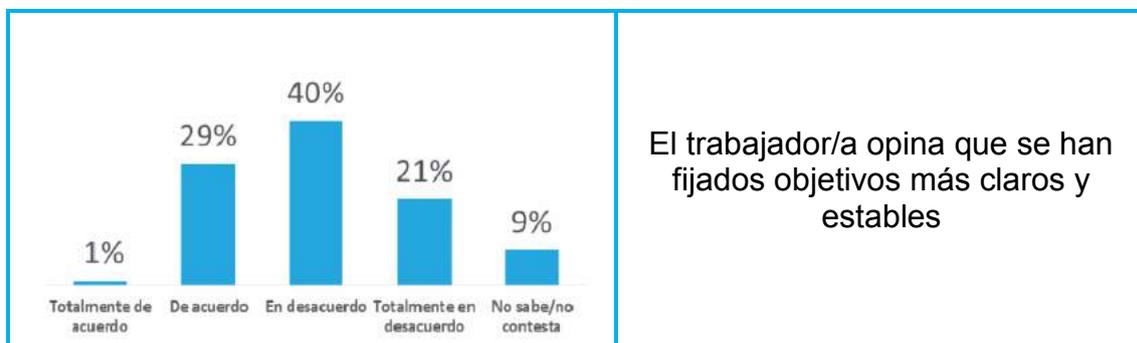




# Comunicaciones

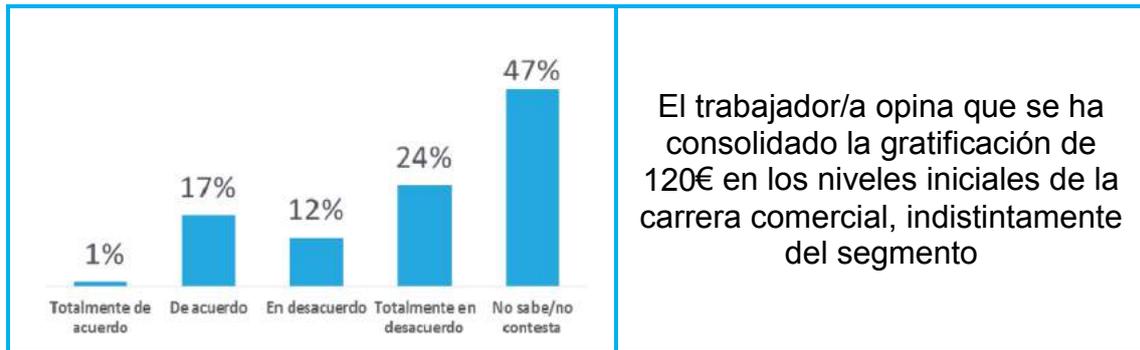


## 4.- Objetivos

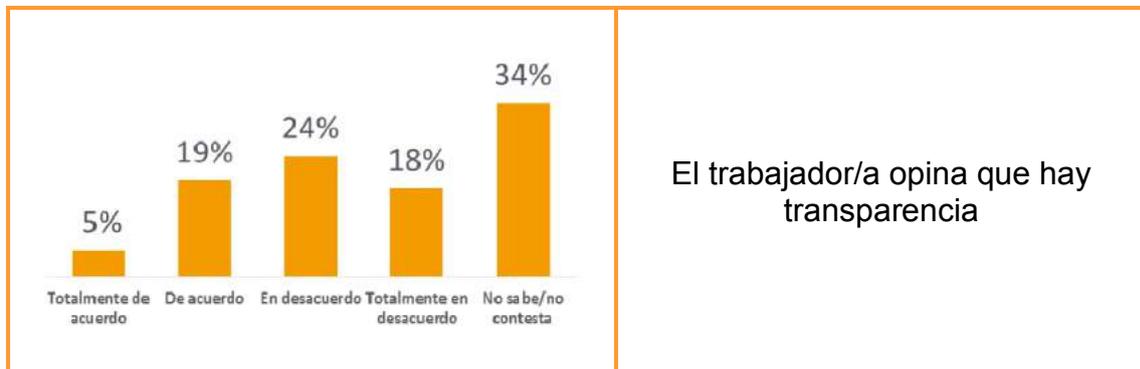
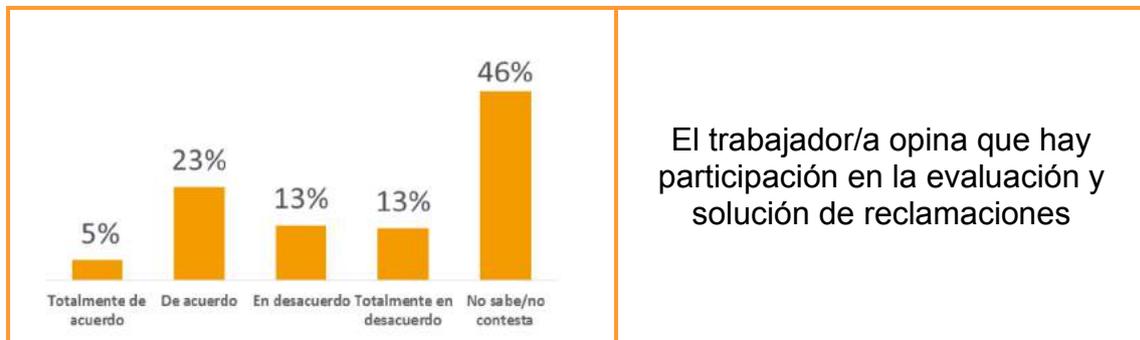




# Comunicaciones

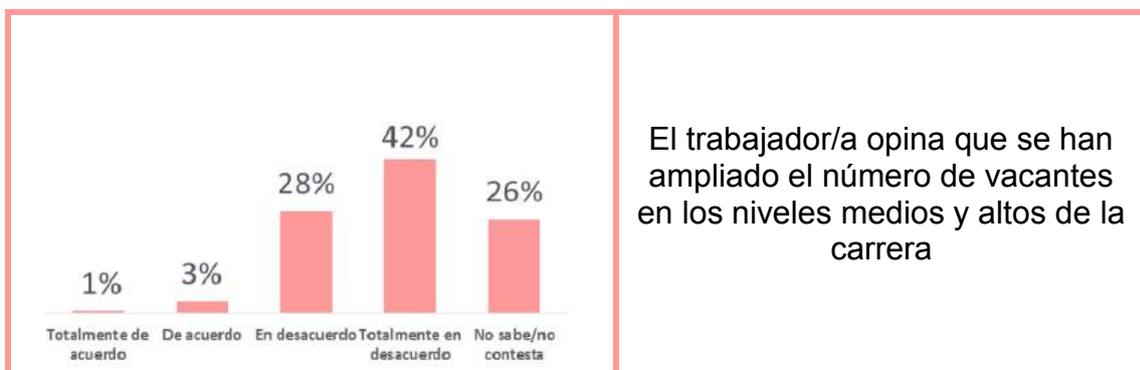
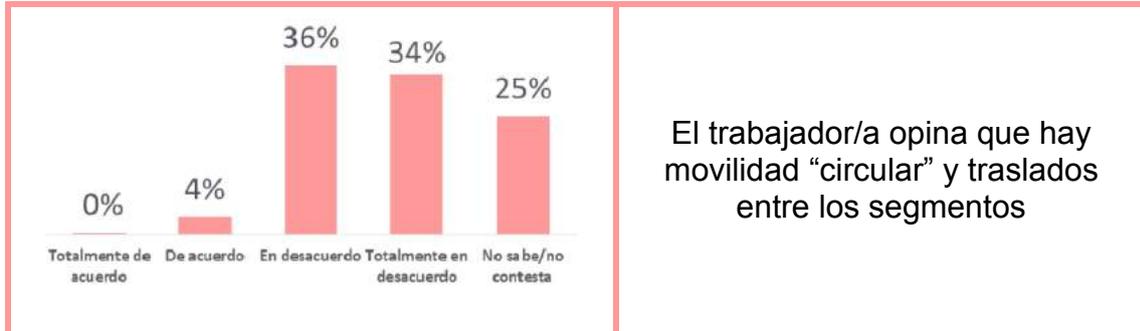


## 5.- Procedimiento de evaluación en la carrera comercial

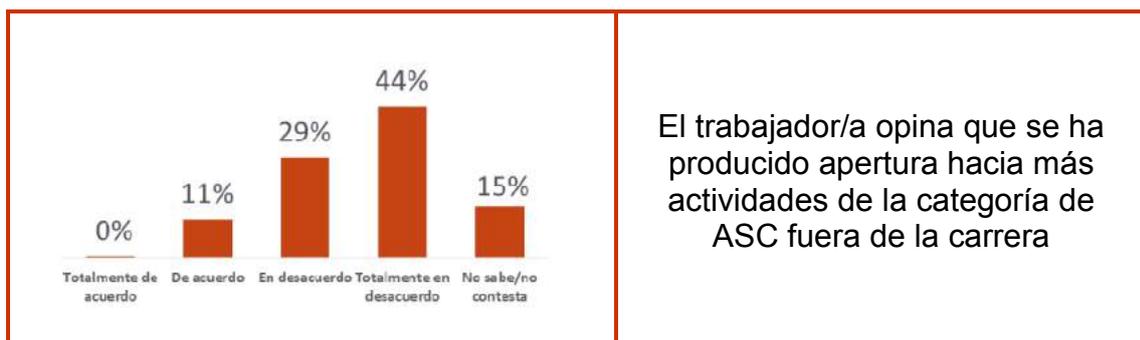
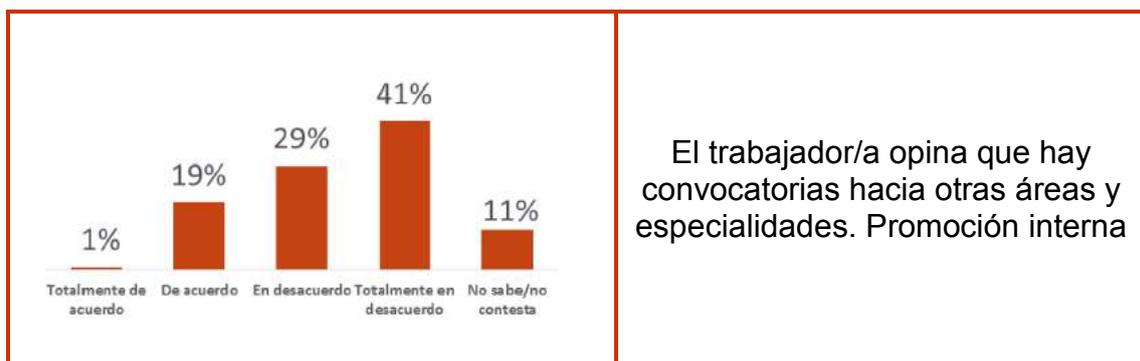




## 6.- Pasarelas entre segmentos

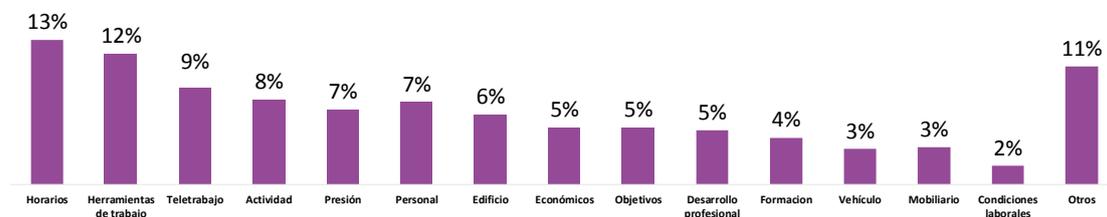


## 7.- Salida de la carrera





## 8.- Condiciones laborales a mejorar



**Horarios:** jornada continua, horario europeo, flexibilidad horaria...

**Herramientas de trabajo:** PCs obsoletos, móviles viejos, aplicaciones lentas, exceso de aplicaciones, impresiones sin color, bases de datos sin actualizar...

**Teletrabajo:** debe ser reglado y universal.

**Actividad:** limitar la carga administrativa.

**Presión:** necesidad de autonomía para gestionar las carteras de los clientes.

**Personal:** más personal para tramitación (apoyo, preventa y postventa).

**Edificios:** mejorar niveles de temperatura, de CO2, ruidos ambientales...

**Económicos:** consolidación plus 120€, tickets comida en nómina, salarios descompensados, cambio en la liquidación de incentivos...

**Objetivos:** claros y alcanzables.

**Desarrollo profesional:** más allá de la carrera comercial. Opción de salir de carrera.

**Formación:** formación presencial y no online, de calidad, adecuada a necesidades...

**Vehículos:** coche de empresa o en su caso más pago por km y que la empresa asuma el seguro del coche.

**Mobiliario:** sillas ergonómicas (problemas de espalda) y mejorar las zonas de descanso.

**Condiciones laborales:** más flexibilidad en asignación de vacaciones, que no sea necesario antelación para pedir jornada reducida, mejores reconocimientos médicos...

**Otros:** opiniones particulares poco representativas para crear un ítem



## Necesidad de una negociación en Comercial

El área de Comercial sigue siendo uno de los pilares fundamentales de la empresa, en el que venimos observando un **progresivo y cada vez más acelerado proceso de cambio**, debido a varios factores que influyen directamente en el modelo que la empresa quiere aplicar, y que se aleja del hasta ahora establecido.

Los factores que influyen en los cambios en el área son **tanto externos como internos**. Por un lado, no podemos ser ajenos a que la competencia resta una gran cantidad de clientes, que **la regulación insiste en un modelo erróneo** que incide sólo en precios, **penalizando el empleo**, y a que la revolución digital introduce **modelos de atención robotizados** que igualmente **amenazan la empleabilidad**, al reducir las necesidades de una atención telefónica o incluso presencial en tanto que, paradójicamente, las **nuevas exigencias surgidas en paralelo a la revolución digital** reclaman una **especialización** que la empresa aún **no ha sido capaz de anticipar** mediante la oportuna formación, generando una **preocupante discrepancia de los recursos asignados a los distintos segmentos**, que la empresa intenta resolver mediante acelerados procesos de CACE o contrataciones externas, sin resolver completamente el problema.

Tras años infructuosos en los que la empresa, muy alejada de nuestros postulados, principalmente **por cuestiones económicas**, para la creación de un nuevo puesto de vendedor presencial que hubiera podido afrontar los cambios de la revolución digital, hemos constatado además un progresivo **desgaste de la carrera comercial como instrumento de motivación**, tanto profesional como económico, para compensar el sobre esfuerzo de los vendedores de la primera línea de atención en mantener la primacía y liderazgo comercial de Telefónica con **una competencia cada vez más consolidada** y con unos clientes con necesidades cada vez más complejas.

A estas realidades se añade, a nuestro juicio, la necesidad de **dar solución a futuro** al hecho de que, ante la aparente remisión de la crisis económica y la consolidación del Sector de Comunicaciones, **la progresión económica en los niveles salariales de entrada en el segmento comercial resulta insuficiente** para garantizar la permanencia en la empresa de la fuerza de ventas contratada en las últimas convocatorias (todos presenciales), colocados fuera de los actuales precios de mercado.

La suma de estos factores hace imprescindible **una respuesta para el colectivo de comercial**, cuyas condiciones laborales se han visto deterioradas a pesar de todos los esfuerzos en materia de conciliación de horarios, mejora de herramientas y áreas de apoyo, **concretando, dentro del II CEV**, un proceso que responda a las cuestiones anteriores: necesidad de regenerar la





# Comunicaciones

carrera comercial, necesidad de mejora de condiciones laborales, necesidad de clarificar modelos de atención y necesidad de acomodar la retribución de los vendedores a las nuevas exigencias del segmento.

Desde **UGT** entendemos además que la figura del vendedor presencial **ya no se puede negociar por separado** del necesario rediseño de la carrera comercial, exigiendo **plantear ambas cuestiones en su conjunto**, para dar **respuesta a todos los comerciales**. La dilación de la empresa a la hora de abordar la negociación no sólo ha retrasado las respuestas, sino que las ha hecho más complejas, dificultando aún más la solución.

Comercial ha asumido sistemáticamente todos los cambios que la empresa ha necesitado. La integración del mundo “móvil” y el “fijo”, la adaptación a nuevos modelos de atención, más exigentes, la constante interiorización de los cambios en las necesidades de nuestros clientes o el ajuste constante de herramientas informáticas, de forma que **nadie puede poner en duda la capacidad de los trabajadores y trabajadoras del área para afrontar cualquier nuevo desafío, que debe realizarse con su participación**, mediante **un nuevo modelo de comercial**, que atienda adecuadamente a nuestros clientes a la par que resuelva los problemas enquistados en el área, **utilice apropiadamente las capacidades de nuestros profesionales, potencie sus habilidades y les proporcione una adecuada compensación** independientemente del segmento donde realicen su prestación laboral, **apoyándonos además en un riguroso programa de FORMACION** planificado a largo plazo.

Mientras la empresa anuncia en todos los foros posibles su disposición para participar en el proceso de la Transformación Digital y presume de su capacidad tecnológica y financiera para participar en ese proceso, que compara con una nueva revolución industrial, desde **UGT** insistimos en que el grado de éxito empresarial en dicho proceso **dependerá en gran medida de los trabajadores y trabajadoras** que, en definitiva, serán **los verdaderos protagonistas** e impulsores de esos cambios.





## Necesidad de un nuevo modelo de comercial

Desde **UGT** señalamos la desvirtuación de la carrera comercial, que parte, a nuestro juicio, de **la intrusión que ha supuesto la territorialización en un modelo que nació global**, y que *de facto se ha parcelado*, de forma que cada territorio plantea objetivos, incentivos y actividades diferenciadas según su propio modelo, incidiendo en las posibilidades de desarrollo profesional de los vendedores en función del territorio en que realicen su labor, haciendo que las **evoluciones e involuciones dejen de ser una palanca efectiva** y en cambio sean motivo de conflictos por lo que, desde nuestra óptica, y ante el hecho de que el modelo territorial va a continuar, es preciso dar **una nueva respuesta** al modelo de carrera comercial, adaptado a ese modelo territorial.

Igualmente, hay que contemplar el hecho de que **en el área coexisten distintos profesionales** (ASC, Técnicos, ABTC...), en múltiples actividades, y que el factor integrador no puede ser únicamente la carrera comercial, que no es más que un sistema retributivo que no abarca todas las situaciones y actividades de comercial, haciendo necesario **un modelo que integre todas las situaciones**, clarifique y **simplifique la actividad** de cada segmento, evite cualquier tipo de discriminación y **garantice la movilidad voluntaria** de todos los integrantes de Comercial.

Por otra parte, el actual modelo de comercial **no da respuesta a determinadas necesidades de la empresa**, que se evidencia en las últimas convocatorias externas, en las que se han buscado perfiles tan concretos que ha sido muy difícil encontrarlos en el mercado, tanto por los conocimientos exigidos como por la oferta retributiva de los niveles de entrada en carrera comercial, poco competitivos y atractivos para los nuevos profesionales. En cambio, señalamos, la empresa **está dilapidando la capacidad de sus profesionales**, de forma que únicamente tendría que **formar y remunerar a los Comerciales**, acorde con la actividad que realizan, para dotarse de muchas de las capacidades que está buscando exteriormente.

A la par, venimos demandando desde hace tiempo **un modelo para comercial acorde con la transformación digital que se está produciendo en nuestra sociedad**, y por tanto en nuestros clientes, que no sólo demandan nuevos servicios sino otros tipos de atención, y en nuestra empresa, que incorpora paulatinamente herramientas digitales (AURA, TELCO) que modifican la actual tipología de la actividad laboral y sin duda tendrán una profunda repercusión futura en modos y sistemas de atención y gestión.





# Comunicaciones

De todo lo anterior, y entendiendo que el éxito de la empresa y su posición en el mercado dependerá en gran medida de la capacidad de que trabajadores y empresa acometamos el **futuro digital** juntos, desde **UGT** consideramos que tenemos que diseñar un **nuevo modelo para comercial** acorde con las necesidades de la empresa y que cumpla además con las expectativas profesionales y económicas de todos los trabajadores y trabajadoras del área, extremo que únicamente se lograra a través de **cambios acordados**, que aseguren la **empleabilidad** y la **estabilidad**, en el **marco del II CEV**.

En este nuevo modelo que proponemos, de perfiles comerciales más simples, que posibiliten el encaje de todos los puestos tipo que prestan su labor en el área a las nuevas actividades digitales, debe ser **común y estandarizado para todos los territorios**, con una **formación troncal** orientada al desarrollo de la fuerza comercial y hacia un Mundo Digital, facilitando así **un desarrollo profesional objetivo**, así como la **movilidad voluntaria**, y posibilitando el tratamiento y la solución de problemas o disfunciones desde **una Mesa de Comercial centralizada**, eliminando las actuales diferencias territoriales.

## Nueva Definición del Área de Comercial

La ineficacia del actual modelo, apenas cohesionado por una carrera comercial basada únicamente en criterios retributivos y que, dado su irrenunciable carácter voluntario, no puede abarcar a todos los profesionales del área, **precisa de un nuevo modelo**, basado a nuestro juicio en la tipología de la atención, cohesionado por unas reglas comunes y basadas en conceptos retributivos fijos en detrimento de los variables, pasa por **una negociación que proporcione una nueva definición del Área de Comercial** en la que se elimine la actual Carrera Comercial, con la desaparición de los Niveles de RV1, RV2, RV3 y RV4 y por tanto eliminación de las evoluciones e involuciones para sustituirla por **niveles gratificados con una retribución lineal por cumplimiento de objetivos y adaptado al tipo de cliente** que se atienda.





# Comunicaciones

Para **UGT** el área de comercial pivotaría entonces sobre **tres tipos de profesionales**, que serían:

- **Comerciales de Gestión**, que se encargarían de labores como reclamaciones, CGC, etc., con un **plus fijo mensual adicional por la especialidad** y con un **sistema de gratificación por cumplimiento de objetivos**.
- **Vendedores no Presenciales**, distinguiendo GP y Pequeña Empresa, con un **plus fijo mensual adicional por la especialidad** y un **sistema de gratificación por cumplimiento de objetivos**, eliminando así las evoluciones/involuciones.
- **Vendedores Presenciales**, con **plus fijo mensual adicional por la especialidad** con la especialización y un **sistema de gratificación por cumplimiento de objetivos**, eliminado también las evoluciones/involuciones.

El marco de este nuevo modelo sería un **modelo centralizado**, común para todos los territorios, **consensuado** entre sindicatos y empresa, en el que la **Mesa de Comercial** tendría el protagonismo para su desarrollo y estandarización y con capacidad de solucionar problemas.

En dicho modelo, la **Formación** se convertiría en el pilar de la transformación, debiendo profundizar en la **extensión de las herramientas formativas de mayor calidad**, como Digital First, a toda la red de ventas, sin renunciar a otras como Webex, **detrayendo el tiempo que sea necesario de la actividad de ventas** sin que repercuta en incentivos o calidad, y apostando siempre por la **formación presencial** como piedra angular de la adaptación de los vendedores a los nuevos servicios y productos digitales, de forma que **podamos generar internamente el perfil necesario para triunfar en la revolución tecnológica** que se avecina.

Esta simplificación del modelo, y la apuesta por convertir sino toda, si la mayor parte, de la retribución variable en salario fijo, obedece tanto a la idea de **facilitar la movilidad voluntaria de los comerciales por las distintas actividades sin merma de derechos económicos** como a **evitar cualquier discriminación derivada de la gestión territorial de los objetivos/incentivos**, que en el actual sistema puede producirse.





## Una nueva figura de vendedor presencial

Lógicamente partimos de la necesidad, compartiéndola con la empresa, de **adaptar las funciones de los vendedores presenciales al cliente digital**, cada vez más evolucionado hacia una nueva realidad socio-tecnológica imparable. Ante esa tan inevitable como necesaria adaptación, que de una u otra forma afectará a todos los comerciales, serán los vendedores presenciales **el colectivo con mayor y más urgente nivel de exigencia**, en cuanto que tendrán que desarrollar las nuevas habilidades en paralelo y en presencia del cliente.

Una nueva figura de Vendedor presencial, que **englobe las habilidades necesarias, garantizadas mediante la formación** en las nuevas tecnologías y productos, posibilitará que **todos los vendedores viesen compensado el sobreesfuerzo de adaptación a la nueva realidad digital** que va a evolucionar siguiendo ritmos y procesos impredecibles.

Ante esa realidad, debemos responder con un enfoque sindical que **garantice que todos los comerciales puedan participar de dicha figura**, mediante reglas establecidas por la negociación, de forma que no quede únicamente a criterio de la empresa quienes y en qué medida serían los participantes en el proceso, además de garantizar la **movilidad voluntaria de los comerciales** entre los diferentes tipos de atención.

## Necesidad de una respuesta global

Desde **UGT** se identificaron hace tiempo los principales problemas de comercial, algunos de los cuales aún persisten, como la necesidad de **mejora en las herramientas y aplicaciones** informáticas, las carencias de la **formación**, que debiera ser adaptada al puesto, presencial y que no incida en el cumplimiento de resultados ni en la actividad del comercial, la **falta de credibilidad** de los planes de objetivos e incentivos, **la excesiva presión en todas las áreas...**, o la dimensión de **las carteras, las visitas** o la necesidad de ampliar el **apoyo en las tareas administrativas** en Presencial.



# Comunicaciones

En Mesa de Comercial se han podido habilitar respuestas que, si bien no han solventado todos los problemas, si **han establecido cauces de solución**, con medidas como la generalización de las encuestas de riesgos psicosociales, las sucesivas modificaciones de la carrera comercial para compensar el sobreesfuerzo de los vendedores, distintas modificaciones de turnos y horarios, etc.... que han supuesto indudables mejoras a lo largo de estos años.

En el pasado, a partir del carácter vertebrador de la Mesa de Comercial, hemos podido mejorar las condiciones económicas y laborales de los trabajadores y trabajadoras del área, pero el modelo territorial, como ya hemos señalado, ha desvirtuado la capacidad de la Mesa de Comercial para proporcionar respuestas globales a los problemas generales, extremo que **es preciso revertir mediante la recuperación de este foro**, más allá de la posible, y también necesaria, interlocución en provincias y territorios, como sistema tanto de **resolución de conflictos** como de **diseño de las alternativas** necesarias para afrontar, mediante la negociación, las dificultades de un mundo, el de comercial, siempre en permanente cambio y fricción.

Desde **UGT** creemos que es el momento de profundizar en **buscar soluciones a los problemas del área**, encajándolas **dentro de un nuevo modelo de Comercial** que posibilite una evolución para satisfacer las **nuevas exigencias y necesidades de los clientes** en el mundo digital y las **habilidades y perfiles profesionales necesarios** para llevarlo a cabo.

Finalmente, **UGT** aboga por **un nuevo modelo** que proporcione respuestas globales a un sistema caduco, que genera frustración a los trabajadores/as y resulta ineficaz para la empresa, **apostando por la negociación en el II CEV** tanto del diseño del modelo como de su regulación, en el que la empresa clarifique su visión del área a futuro, y que se traduzca en **un acuerdo que proporcione una viabilidad y una estabilidad a toda plantilla actual**, que permita su **desarrollo profesional y económico** además de facilitar **la movilidad voluntaria**, en el que se recoja un amplio **plan de formación** que garantice la adaptación de nuestra fuerza de ventas al mundo TI, **garantizando con ello la empleabilidad futura** de unos trabajadores/as cuyo esfuerzo ha contribuido a que la empresa ocupe la privilegiada posición que tiene en el mercado.

**UGT Comunicaciones**  
**Sector Estatal**

