



LOS DIOS EN EL MONTE OLIMPO

EJERCICIO 2017

Dentro de poco más de un mes habremos finalizado, de nuevo, un difícil año en el que habremos hecho todo lo posible por cumplir con los objetivos que la Entidad ha ido marcando. Atrás habrán quedado horas de trabajo, planificación, negociaciones con clientes, discusiones con superiores, prospección de mercados... También habrá quedado atrás la ímproba labor de asimilación, estudio e interpretación de algo que, no por menos dicho, es cada vez más complejo: el plan en el que se explican los objetivos que las oficinas han de realizar a lo largo del año.

Desde hace unos años, bastantes podríamos decir, lo que se debe hacer para cumplir tal o cual objetivo se hace cada vez más complicado. Los requisitos para considerar un cliente de valor, o la vinculación de un cliente, cuando no la inclusión o exclusión de qué operaciones son o no computables se vuelven más que jeroglíficas hasta el punto de que, modificaciones aparte, llegar a saber los resortes que mueven esos objetivos cuesta meses averiguarlos. ¿Tan difícil es establecer de una forma clara, simple y precisa lo que se debe hacer?

Nadie duda de que se trata de hacer complicado que la retribución variable se alcance por las oficinas poniendo objetivos que cuantitativa y cualitativamente parecen más dignos de un concurso televisivo que de una organización que persigue eficiencia.

Por ello pedimos que para el año 2017 los objetivos sean claros desde el primer día sin necesidad de tener que acudir a la interpretación y al “probar a hacerlo así a ver qué pasa”

La necesidad de ser rentables, de crecer de una forma sana no está reñida con unos objetivos fáciles de interpretar. ¿Qué sentido tiene hablar de la importancia de la intermediación cuando apenas supone 6 puntos en el cómputo anual? Si tan importante es captar menores ¿por qué no se prima de una forma independiente en los objetivos? Si queremos captar clientes de valor ¿por qué no consideramos a aquellos que traspasan sus posiciones a intermediación aportando margen?

No queremos hacer el trabajo de nadie pero si podemos decir que se pueden conseguir mejores resultados motivando económicamente a quienes tienen la responsabilidad de lograrlos haciendo fácil su trabajo sin renunciar a aquellos objetivos que el banco precise.

No pensamos que nos equivocamos si decimos que una organización motivada responde mejor a los objetivos y nada mejor para motivar que conocer las reglas del partido desde el primer minuto para tener, al menos, la posibilidad de ganarlo.

LA DIRECCION COMERCIAL ES COMO DIOS PARA LOS ATEOS.
"SE PASA LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO NO EXISTIENDO Y EL RESTO JOROBANDO"