

Dilluns, 15 de maig de 2017

CAPÍTULO III.

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO.

Artículo 20. Organización del trabajo.

La organización del trabajo es facultad y responsabilidad de la Dirección de la empresa, a la que corresponde, en su caso, determinar la persona o personas en quienes delega el ejercicio de dicha facultad, que deberá ajustarse a lo establecido en la ley, en el presente convenio, así como en las normas y pactos que sean de aplicación.

En el ejercicio de sus facultades de organización del trabajo corresponde a la Dirección de la empresa, sin perjuicio de los derechos de representación y/o información de la representación legal de los trabajadores, entre otras, implantar, determinar, modificar o suprimir los trabajos, adjudicar las tareas, modificar clientes asignados, rutas o, incluso, tour telefónicos, adoptar nuevos métodos de ejecución de las mismas, organizar registros para posterior llamada a los clientes, crear o amortizar puestos de trabajo y ordenarlos en función de las necesidades de la empresa en cada momento, determinando la forma de prestación del trabajo en todos sus aspectos.

Artículo 21. Clasificación profesional.

El personal que presta servicios en Eismann, SA, se clasifica teniendo en cuenta las funciones que realiza en cada uno de los grupos y sus áreas funcionales. La Clasificación Profesional se efectuará atendiendo fundamentalmente a los criterios que el artículo 22 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores fija para la existencia del Grupo Profesional, es decir, aptitudes profesionales, titulaciones y contenido general de la prestación, incluyendo en cada Grupo diversas categorías profesionales como distintas funciones y especialidades profesionales.

Los factores que influyen en la determinación de la pertenencia a un determinado grupo son, entre otros, los siguientes:

I. Conocimiento. Factor para cuya elaboración se tiene en cuenta, además de la formación básica necesaria para poder cumplir correctamente el cometido, el grado de conocimiento y experiencia adquirido, así como la dificultad en la adquisición de dichos conocimientos y experiencias. Este factor incluye la formación o el nivel inicial mínimo de conocimientos que debe poseerse para llegar a desempeñar satisfactoriamente las funciones del puesto de trabajo. Igualmente incluye la experiencia o tiempo requerido para adquirir la habilidad y práctica necesaria para desarrollar el puesto con un rendimiento suficiente en calidad y cantidad.

II. Iniciativa. Este factor valora el nivel de sujeción del puesto de trabajo a directrices y normas para la ejecución de la función que se desarrolla, y comprende tanto la necesidad de detectar problemas como la de improvisar soluciones a los mismos.

III. Responsabilidad. Factor en cuya elaboración se tiene en cuenta el grado de autonomía de acción del titular del puesto y la influencia sobre los resultados e importancia de las consecuencias de la gestión; comprende la responsabilidad sobre gestión y resultados, así como la responsabilidad sobre contactos oficiales con otras personas dentro y fuera del centro.

IV. Autonomía. Valora el grado de dependencia jerárquica en el desempeño de las funciones o tareas que se desarrollan.

V. Complejidad. Valora el grado de integración del conjunto de factores antes mencionados para la ejecución de las funciones propias del puesto de trabajo.

GR/AREAS	MERCANTIL	ADMINISTRATIVOS	OPERATIVA/AUXILIAR
I	Director General Director de Marketing Director Telemarketing	Director Financiero Director RRHH	
II	Jefe Ventas Responsable Integración	Controller Responsible IT Respon. At. Cliente Tec. Informática	Coordinador Ventas 2ª
III	Asistente Jefe Ventas Captación Jefe Equipo TV	Tec. Administrativo Oficial Administrativo	Adjunto Coord. Ventas
IV	Televendedores Integradores Telefonista	Aux. Administrativo	Chófer-Repardidor Conductor Lanzadera

AREA FUNCIONAL MERCANTIL: en este grupo están incluidos aquellos profesionales encargados de definir los objetivos y estrategias de la compañía en cuanto al área de ventas y Marketing. Así mismo están incluidos todos