Antonio Martínez, director corporativo de Gestión de Personas de SEUR

Clara Asanza

Àngela Zorrilla

Nuestro plan de bienvenida es una de nuestras herramientas más potentes

En SEUR, tras más de siete décadas siendo pioneros en el transporte urgente, cuentan con tres grandes ejes de negocio: internacional, comercio electrónico y logística de valor añadido. Los 6.400 empleados que forman SEUR dan servicio a más de 1.200.000 clientes, gracias a una flota de 3.800 vehículos y más de 1.000 tiendas de proximidad. En su apuesta constante por la innovación, están desarrollando nuevos servicios que permiten ofrecer eficiencia y calidad a sus clientes.

¿Cómo definiría la política de RRHH de SEUR?
Nuestras políticas de gestión de personas están dirigidas hacia dos grandes pilares. Por una parte, nuestros colaboradores como el mayor valor y eje estratégico de la empresa y, por otra, aplicabilidad al negocio. Habría sido imposible cumplir más de 70 años de historia sin la colaboración de todo el equipo humano de SEUR. La apuesta por las personas, el trabajo en equipo, el espíritu de colaboración y la innovación han sido, y son, factores esenciales para nosotros. Las personas, como principal valor de nuestra compañía, requieren que tengamos una coherencia permanente con la estrategia de la organización, desde el proceso de selección hasta el de promoción, siempre basándonos en principios éticos y socialmente responsables.

SEUR ha reforzado su posicionamiento internacional con su integración en DPDgroup. ¿Qué ha supuesto para la compañía en España?
La integración de SEUR en DPDgroup no es un hecho que se haya producido de manera repentina, llevamos años formando parte del Grupo GeoPost, cuya marca es DPDgroup. Bajo esta nueva marca, DPDgroup proporcionará a sus clientes una experiencia única en toda Europa mediante un servicio sencillo, flexible y práctico, basado en la innovación. Este enfoque de negocio es totalmente compartido y quienes lo hacen real son las personas que integran SEUR y el Grupo.

¿Cómo definiría la plantilla actual de la empresa?
Nuestros colaboradores son excelentes profesionales que integran en su ADN el orgullo de pertenencia, la innovación, el compromiso, la flexibilidad y una clara orientación al cliente. Además, contamos con múltiples políticas para reclutar y potenciar el talento porque, como señalaba anteriormente, nuestro primordial valor son las personas.

Apuestan claramente por la igualdad de oportunidades ¿no es así?
Desde el año 2009 tenemos implementados planes de igualdad en la Red SEUR, con una participación activa de nuestros interlocutores sociales y con un plan de acción anual cuya finalidad es seguir avanzando en modernas políticas de conciliación y de igualdad de oportunidades. Esta iniciativa extiende determinadas políticas que aúnan flexibilidad horaria, jornadas continuas, vacaciones con días hábiles, teletrabajo, entre otras. Por ejemplo, contamos con el Plan Concilia y, recientemente hemos aprobado y publicado el Código Ético de SEUR que tiene como uno de sus objetivos reforzar esta igualdad.

¿Cómo se gestiona una plantilla tan diversa geográficamente hablando?
Nuestro reto es definir e implementar unos valores, unos principios y una metodología comunes a toda la organización. Contamos con políticas homogéneas que van dirigidas a todos nuestros colaboradores y que se definen conjuntamente con los responsables de Gestión de Personas de la Red. Aunque trabajamos para todos los perfiles de la compañía, estamos haciendo un esfuerzo especial para poner en valor el personal de reparto que, en su mayoría, son transportistas autónomos y sociedades de transporte, e involucrarlos en nuestra cultura corporativa. En este sentido, tanto la formación como la comunicación son aspectos clave para que todos asumamos esos conceptos comunes.

¿Cuál es la fórmula del éxito a la hora de motivar a los empleados?
Sinceramente no creo que exista una fórmula mágica. Cada organización debe trabajarla y dar con aquellos resortes que produzcan la integración de las personas en la compañía. En este sentido, creo que en SEUR sí hemos acertado en identificar estas políticas y su manera de implementarlas. La inversión en formación, desarrollo profesional y la estabilidad en el empleo son estrategias que hemos aplicado durante estos años difíciles y que han servido para consolidar el grado de motivación.

Asimismo, apostamos por una vida laboral saludable, mediante nuestro compromiso por establecer un espacio de trabajo seguro, así como por fomentar la cultura preventiva. Y es que crear un clima que fomente realmente la aportación de ideas de mejora, de sugerencias de cambios, de iniciativas innovadoras en su propio ámbito de actuación ofrece siempre resultados sorprendentemente positivos, tanto en productividad como en motivación.

¿Cómo fomentan su imagen como empleador?
Desde SEUR participamos en distintas acciones relacionadas con el empleo, eventos y ferias en los que jóvenes que buscan trabajo u orientación laboral nos conocen. Nuestro objetivo es tratar de atraer al mejor talento y aportar consejos a los estudiantes asistentes, propiciando su entrada en el mundo laboral, al tiempo que se da a conocer la compañía y sus valores. También tomamos parte en observatorios y congresos sobre el empleo y la innovación en este campo. Además, a través de nuestras redes sociales estamos en contacto con aquellos usuarios que buscan trabajo, para ayudarles y asesorarles en este proceso: les informamos de las herramientas que tienen disponibles para hacernos llegar su currículum o qué ofertas de trabajo hay vacantes.

Nuestros colaboradores integran en su ADN el orgullo de pertenencia, la innovación, el compromiso, la flexibilidad y orientación al cliente

¿Cómo definiría sus procesos de selección?
Estamos orgullosos porque se están incrementando los procesos de selección en SEUR de manera sustancial, por lo que hemos tenido que transformar nuestras herramientas y métodos para que estén más vinculados con los candidatos. Naturalmente, hacemos reclutamiento y selección a través de redes sociales.

¿Disponen de un plan de bienvenida para los nuevos empleados? ¿En qué consiste?
Sí, tenemos un plan de bienvenida para todos los colectivos que denominamos P.A.I.S. (Plan de Acogida e Integración en SEUR) y que tiene como objetivo conseguir una total integración de las nuevas incorporaciones a la compañía en el menor tiempo posible. Para ello, se realiza una planificación, y a través de formación, seguimiento,

visitas, rotaciones y entrevistas se promueve la socialización y adaptación al puesto de trabajo. Un programa que se aplica a todas las nuevas incorporaciones, incluyendo a trabajadores temporales y en prácticas, y que cuenta con un alto grado de satisfacción en nuevos empleados.

Sin duda, es una de nuestras herramientas más potentes, generando *branding*, que nos permite captar mejor el talento, minimiza sustancialmente el tiempo de integración y adaptación, y desarrolla desde el inicio de la relación laboral los valores de la empresa. Nuestro programa fue premiado en los Premios Cegos y Equipos&Talento 2013 a las mejores prácticas de RRHH.

SEUR es un claro ejemplo de empresa que supo aprovechar los nichos de mercado que ofrecía la globalización cuando empezó la crisis económica. ¿Qué proyectos han realizado en esta línea?

En SEUR detectamos dos grandes palancas de crecimiento: el comercio electrónico y el negocio internacional. Por una parte, el *e-commerce* ha revolucionado el sector del transporte y las previsiones de crecimiento siguen siendo muy positivas. SEUR apostó por este segmento de mercado y ha desarrollado un amplio número de soluciones innovadoras que permiten mejorar la experiencia del consumidor y adaptarse a sus hábitos de consumo, como SEUR SameDay o SEUR SunDay, que aportan flexibilidad a las entregas o SEUR Predict, que informa al usuario de la ventana horaria en la que se llevará a cabo la entrega de su paquete.

Por otra parte, y debido a que casi todos los emprendedores incluyen la internacionalización en sus planes de negocio, SEUR ha sabido aportar una solución diferencial reforzada gracias a DPDgroup, una de las mayores redes internacionales de transporte urgente que agrupa las marcas DPD, Chronopost, Interlink Express y SEUR.

Asimismo ¿ofrecen la posibilidad de movilidad internacional?

Esta es una de las políticas comunes que en DPDgroup estamos desarrollando, y que esperamos se consolide en los próximos años.

¿Cuánta inversión destinan a los programas formativos?

La formación es la piedra angular de nuestra política de Gestión de Personas. Por ello, hemos destinado un presupuesto de medio millón de euros, cifra que además, llevamos manteniendo los últimos años.

Cada año, invertimos más de 60.000 horas de formación combinada entre equipo interno y colaboradores a nivel externo

Del mismo modo, cada año invertimos más de 60.000 horas de formación combinada entre equipo interno y colaboradores a nivel externo, que nos permiten ofrecer a nuestros empleados la oferta formativa más completa y destacada del sector.

¿Qué acciones formativas destacaría?

La formación es un elemento clave para el desarrollo del talento y la capacitación profesional de los empleados. En SEUR impartimos una formación cada vez más personalizada con el fin de mejorar los conocimientos y las capacitaciones para alinearlos con las nuevas necesidades del mercado y del negocio. Ejemplos que representan nuestra visión estratégica de la formación son la Escuela de Ventas SEUR y la Escuela de Líderes.

La Escuela de Ventas, con más de 1.300 alumnos, es un programa cuya duración es de tres años y que engloba a los empleados que tienen una relación directa con nuestros clientes. Este itinerario formativo culmina con una certificación emitida por la escuela de negocios ESIC Business and Marketing School una vez superadas todas las actividades formativas tanto *online* como presenciales. Por otra parte, la Escuela de Líderes es una iniciativa que reconoce al mejor talento y potencia su desarrollo a través de un completo itinerario formativo en las últimas tendencias en materia de *management*, liderazgo y otros temas específicos como la gestión de proyectos, en una de las escuelas de negocio de mayor prestigio, IE Business School.

Asimismo contamos con la Escuela de conductores, desde la que se imparten mini cursos de formación para estos empleados, así les aportamos nuevas capacidades, con cursos, por ejemplo, sobre redes sociales o su papel como embajadores de la marca. El resto de las acciones formativas van dirigidas específicamente a las necesidades de negocio, formación de puesto de trabajo e idiomas, sin olvidar la formación y concienciación en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

Son, además, una empresa que apuesta claramente por la RSE.

Las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa son parte de nuestro ADN y, como tal, nuestros empleados forman parte de ellas. De hecho, las acciones desarrolladas por Fundación SEUR cuentan con nuestra amplia red interna de voluntarios, quienes ponen su granito de arena, apoyando los diferentes proyectos de la organización para la mejora de nuestra sociedad.

Además, hacemos partícipes a todo el equipo SEUR, y sobre todo pretendemos que sea una concienciación continua, no algo puntual. Por ejemplo, en nuestro compromiso para la reducción de la huella de CO_2 también animamos a nuestros empleados a llevarlo a cabo en su vida personal, de modo que compartan sus vehículos particulares para acudir a trabajar y ahorrar así desplazamientos, o en el caso de un uso responsable de la energía, hacemos diferentes acciones para enseñar cómo trasladarlo a su puesto de trabajo.

¿Cómo se comunican con sus empleados?

En SEUR consideramos que la comunicación es la piedra angular para involucrar a todas las personas que integran SEUR. Podemos destacar todas las facilidades que ofrece el mundo *online* y que nos permite compartir una newsletter mensual -SEUR One- o la noticia positiva diaria a nivel de negocio a través de SEUR Buenos Días. La comunicación presencial, a través de las reuniones de equipo, los desayunos con dirección, el Encuentro Corporativo Anual, las jornadas de *teambuilding* o el *Family Day*, nos permiten compartir momentos de contacto cara a cara que refuezan el *networking* interno ■

al detalle

SEUR en cifras

- Actualmente, la plantilla de SEUR está formada por 6.400 profesionales.
- La edad media de sus empleados es de 35-45 años.
- En el equipo de SEUR trabajan 23 nacionalidades.
- Del colectivo de trabajadores en plantilla un 59% son hombres y un 41%, mujeres.