

➔ RECLUTAMIENTO ONLINE

# Una red social para pescar Erasmus

PeopleMatters pretende desarrollar en Expansión & Empleo una red de reclutamiento online en la que empresas como Abbott, Acciona, Banesto, CLH, Groupama, Janssen-Cilag y Red Eléctrica buscarán candidatos entre los alumnos españoles que cursan el Programa Erasmus. **Por T.F.A.**

El valor que las nuevas generaciones otorgan al trabajo ha cambiado radicalmente, y cuando se trata de atraer y retener el talento necesario, son las empresas las que tienen que vender su proyecto y realizar casi todo el esfuerzo. En este cambio de paradigma se hace imprescindible una marca que haga que la gente quiera trabajar contigo. Además, al gestionar el compromiso debe tenerse en cuenta que antes este era normativo, pero ahora es libre; hay que ganárselo.

El mercado laboral actual está condicionado por aspectos como la incorporación de la mujer al mundo del trabajo; el descenso de la natalidad; el envejecimiento de la población; la incorporación de inmigrantes; o el cambio de valores en las nuevas generaciones, que restan importancia al dinero, ponen más énfasis en el tiempo que se dedica a la jornada laboral, y se vuelven enormemente exigentes al perseguir otros factores, como el tipo de tareas que se asignan ("dame labores que me diviertan, que me enseñen y me motiven"). Los Millennials, Generación Y, Generación Z o Generación Nintendo tienen muy en cuenta el esfuerzo mental que supone trabajar en una u otra compañía; o el orgullo que se siente por la empresa, que lleva a preferir un lugar en el que uno se sienta importante, y a rechazar ofertas si la firma es injusta, o no cuida el medio ambiente.

Se advierte por tanto un fuerte impacto sobre la capacidad de reclutar jóvenes, entre otras cosas, por la caída en el número de universitarios, una tendencia decreciente desde 1999. Esto supone que cada vez se requiera un mayor esfuerzo y recursos para atraer y retener talento. Desde PeopleMatters se advierte de "la necesidad de nuevas estrategias e iniciativas más creativas y eficaces a través de nuevos canales de talento, más enfocados", y para eso lanza, a través de Expansión & Empleo —como medio oficial—, el Proyecto Regreso de Erasmus, que supone una solución innovadora ante las evidentes dificultades actuales de captación de talento.

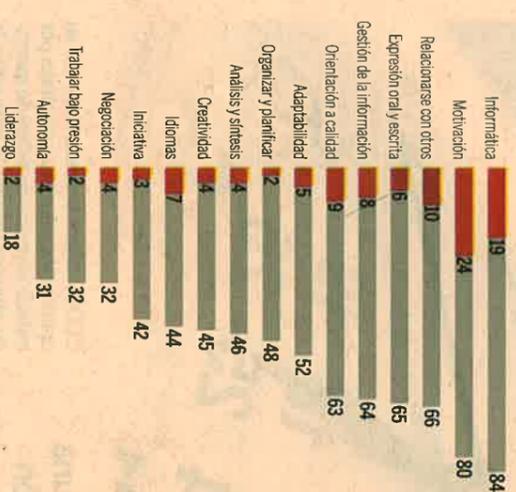
Se trata de una iniciativa multitempresa que hace posible una acción de alto coste e impacto, difícil de realizar individualmente, y que permitirá establecer contacto durante el curso 2008-2009 con cinco mil alumnos españoles que se encuentran cursando el Programa Erasmus. En el Proyecto Regreso de Erasmus participan compañías como Abbott, Acciona, Banesto, Groupama, Janssen-Cilag y Red Eléctrica, que buscan en esta iniciativa una relación directa con un público objetivo de jóvenes estudiantes españoles entre 21 y 25 años con el perfil Erasmus y su experiencia internacional. Las empresas están interesadas en captar a estos jóvenes cuando regresen a España, mediante ofertas de empleo *ad hoc*.

Las compañías participantes se comprometen a proporcionar un canal directo para recibir las candidaturas de los estudiantes que se muestran interesados, y también están dispuestas a realizar un proceso de

## RECLUTAR EN ESPAÑA

> Valoración del nivel de competencias

En porcentaje.



> Cambio en los valores de las nuevas generaciones

En porcentaje.



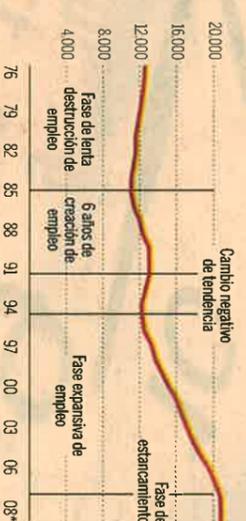
Fuente: Elaboración propia

Expansión

> Incremento de la demanda de trabajadores

Evolución de ocupados

\*2º Trimestre



> Descenso de la natalidad

Incremento de la demanda de trabajadores.



Las compañías que participan ofrecen un canal directo de selección e incorporación

Los estudiantes de este programa se perciben como un colectivo 'altamente empleable'

uso de un idioma extranjero; un 82% está preparado para futuros empleos; un 73% posee conocimiento y habilidades académicas; a lo que se une el entendimiento intercultural (97%) y el conocimiento de otros países (94%). Además, se trata de estudiantes de carreras muy demandadas. Según el Erasmus Student Mobility 2006-2007 de la Comisión Europea, un 28% de estos cursan ingenierías y carreras técnicas; un 16%, Economía y Empresa; un 7%, Ciencias Biomédicas; y un 6%, Derecho. Para las universidades, este proyecto de reclutamiento impulsado por PeopleMatters implica una posibilidad de quedar incluidas en una iniciativa pionera en España que supone un estímulo para mejorar la dimensión internacional de los estudiantes y un canal de empleo directo con los estudiantes Erasmus.

Se trata asimismo de un vínculo entre la vida académica y empresarial, un mensaje positivo en el con-

➔ MOVILIDAD EN LA UE

Formación global basada en el conocimiento

El Programa Erasmus tiene mucho que ver con el objetivo estratégico, fijado en Lisboa en marzo de 2000, de hacer de la Unión Europea la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, y capaz de crear más y mejores empleos, a la vez que una mayor cohesión social. España es el segundo país en número de estancias Erasmus realizadas en otros países europeos, así como el primer país de acogida de estudiantes vecinos, lo que significa que la movilidad formativa en el Viejo Continente es un hecho entre los estudiantes, no solo universitarios con Erasmus; sino también de Bachillerato y de Formación Profesional, gracias a los programas Sócrates y Leonardo da Vinci respectivamente. Superado ya un primer periodo de programación 2000-2006, en el que los programas mencionados han cumplido los objetivos previstos, la UE plantea una segunda fase que se desarrolla desde 2007 hasta 2013 con el lanzamiento del Programa de Aprendizaje Permanente. El objetivo fundamental es continuar creciendo en número de estancias e intercambios, dedicando especial atención a su calidad. Los expertos creen que hay que superar nuevos retos, como la mejora de la formación en lenguas extranjeras, la orientación y acceso de los potenciales beneficiarios a este tipo de actividades; así como la mejora y simplificación de los procesos de validación de las competencias adquiridas. Si se superan estas barreras podremos hablar de normalización de la movilidad.

texto económico y laboral actual, y una posibilidad de repercusión en los medios y de imagen de marca para atraer nuevos estudiantes. Para contactar con los posibles candidatos se plantea una web de acceso —Recruiting Erasmus— en la que éstos podrán inscribirse y facilitar sus datos; una guía de empleo y orientación profesional enviada a los domicilios de los alumnos en el extranjero, en la que estos encontrarán información sobre las empresas participantes en el proyecto y consejos para acceder al mercado de trabajo en España. También se contempla una acción de marketing directo de alto impacto y una acción de complemento formativo para el estudiante.

Expansión **EMPLEO**.com  
LA RED PARA ERASMUS EN:  
<http://www.reclutingerasmus.com>