

atracción del talento

Ana Rueda

PeopleMatters “recluta” a más de 4.000 estudiantes Erasmus

El programa Recruiting Erasmus, desarrollado por PeopleMatters, entra en su fase final con más de 4.000 currículos de estudiantes que buscan su primer empleo. Idiomas, movilidad, capacidad de enfrentarse a nuevos retos o experiencia internacional son las principales características destacadas por las ocho empresas participantes en este proyecto.

Desde que el pasado mes de julio la consultora PeopleMatters pusiera en marcha el programa Recruiting Erasmus ha recibido más de 4.000 currículos de jóvenes que están cursando una beca Erasmus o que la han realizado recientemente, y buscan su primer empleo. El objetivo de este proyecto es acercar a los recién licenciados que cuenten con experiencia en el extranjero al mundo laboral y, a su vez, ayudar a las compañías a reclutar jóvenes, una tarea que cada vez resulta más difícil debido, principalmente, a la caída del número de universitarios.

Para recoger todos estos currículos se ha habilitado una página web en la que los estudiantes han podido registrarse y seleccionar qué compañía de las implicadas en este proyecto les interesaría que recibieran su candidatura. Para ayudar a los estudiantes a conocer estas empresas, el portal cuenta con una pequeña descripción de quiénes son, qué candidatos buscan y qué ofrecen. Toda la información recibida es gestionada por PeopleMatters y enviada, posteriormente, a las compañías colaboradoras.

Los candidatos

Antes de entrar en la última fase del proyecto, PeopleMatters ha reunido a las ocho firmas colaboradoras (Abbott, Acciona, Banesto, CLH, Groupama, Janssen-Cilag, La Caixa y REE) para

presentarles un resumen de los perfiles de los currículos recibidos.

Con una gran diferencia, la mayoría de estudiantes está cursando (o ha cursado) alguna Ingeniería o la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas. De hecho, se han recibido 617 y 587 currículos respectivamente de estas carreras. En tercer lugar se encuentran estudiantes de Derecho con 322 candidatos, seguidos de 292 estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales. El resto de solicitantes pertenece a carreras relacionadas con Ingenierías técnicas, Humanidades, Traducción e Interpretación, Turismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Filología y Periodismo. En menor medida también han participado estudiantes de Ciencias Políticas,

habla otro idioma no contemplado en las opciones anteriores.

En relación con la universidad de origen, la mayoría de candidatos proceden de la Universidad Complutense de Madrid, que cuenta con 345 candidaturas. En segundo lugar se encuentra la Universidad Autónoma de Madrid, seguida por la Universidad de Oviedo, Rey Juan Carlos y Jaume I de Castellón.

Un dato relevante de este estudio es el relacionado con la edad. Así, el 67% de currículos pertenece a estudiantes de entre 21 y 25 años, un 30% a jóvenes menores de 21 años y tan sólo un 3% a mayores de 25. La franja de edad mayoritaria, según han afirmado directivos de las empresas colaboradoras, “se corresponde con aque-

El objetivo es acercar jóvenes profesionales con experiencia en el extranjero al mundo laboral de nuestro país

Comunicación Audiovisual, Ciencias Ambientales o Arquitectura, entre otras.

Del total de currículos recibidos, el 94,60% sabe hablar inglés, el 36,86 francés, un 25,60 italiano y el 17,39 alemán. Además, un 26,24% de los estudiantes que ha mandado su solicitud

llas personas que buscan su primer trabajo y, por lo tanto, encajan con el perfil que estamos buscando para nuestras compañías”.

Empezando la cuarta fase

Durante la tercera parte de este proyecto, PeopleMatters se ha encargado de recopilar y gestionar los currículos recibidos en el portal Recruiting Erasmus para, posteriormente, crear una completa base de datos de los solicitantes. Además, durante esta fase también ha diseñado, elaborado y producido la Guía de Empleo y Orientación Laboral, que contiene información detallada sobre el programa y las empresas que participan en él y en la que, a su vez, los candidatos podrán encontrar consejos que les ayudarán a preparar su incorporación al mercado laboral. Asimismo, se ha mantenido el plan de comunicación en medios, focalizado en internet y en las distintas universidades. Esta fuerte campaña ha estado apoyada por una estrategia de marketing viral, es decir, de boca a boca, que ha servido para que muchos estudiantes que se encuentran en el extranjero conozcan este proyecto.

Actualmente, está comenzando la cuarta fase de Recruiting Erasmus, en la que PeopleMatters tiene previsto enviar

De izqda a dcha y de arriba a abajo: Clara Martín (PeopleMatters), Sandra de la Vega (Abbot), Alfonso Jiménez (PeopleMatters), Manuel Jiménez Sillero (Banesto), Álvaro de Vicente (PeopleMatters), Verónica Gómez de la Mata (REE), Elena Gamallo (La Caixa), Ángel Montiel (CLH) y Paloma París (Groupama).



atracción del talento

la Guía de Empleo a los estudiantes que estén cursando sus estudios en el extranjero y hacer llegar los currículos a las empresas participantes. Una vez que hayan sido recibidos, cada empresa comenzará el proceso de selección de los candidatos según su procedimiento habitual y las necesidades con las que cuente en ese momento.

El proyecto y las empresas

Las compañías participantes en Recruiting Erasmus ven este proyecto como una gran oportunidad tanto para acceder a los recién licenciados, un sector muy valorado en las empresas ya que permite su formación desde cero, como a aquellos estudiantes que han decidido cursar una parte de sus estudios en el extranjero. Este sector, tal y como han explicado las empresas participantes en el proyecto, ofrece características diferenciadoras con el resto de candidatos. "Los estudiantes Erasmus cuentan con el valor añadido de haber tomado la decisión de salir fuera de su país y, por tanto, de afrontar dificultades que aquéllos que no han realizado la beca no se han encontrado", apunta Ángel Montiel, jefe de Selección, Formación y Desarrollo de la empresa CLH.

Además, Verónica Gómez, técnico de Gestión de Recursos Humanos de la empresa Red Eléctrica de España, subraya al respecto que "este colectivo se diferencia del resto de candidatos, ya que cuenta con una apertura de mente distinta debido a las experiencias vividas en el extranjero".

Aparte de estas cualidades, Manuel Jiménez, responsable de Selección de Banesto, ha destacado que "aquellos estudiantes que han vivido experiencias en el extranjero se desenvuelven mejor a la hora de pasar un proceso de selección".

Otros de los factores claves que hacen de los Erasmus un sector atractivo en los procesos de selección son el idioma y la disponibilidad de movilidad. Así lo han subrayado tanto Paloma Paris, jefa de Servicio de Selección y Desarrollo de Groupama, como Sandra de la Vega, técnica de Recursos Humanos de Abbot.

Mientras, Paula Patiño, responsable de Selección y Organización de Janssen-Cilag, y Laura Alcaraz, responsable de Mercado de Trabajo de Acciona, coinciden en que los estudiantes Erasmus son un colectivo con muchas ganas de aprender, cualidad que ambas empresas buscan a la hora de incorporar recién licenciados.

Comunicación interna

Además de la campaña publicitaria llevada a cabo por PeopleMatters, las empresas participantes también se han encargado de dar a conocer este proyecto tanto dentro de sus compañías como fuera. Tal es el caso de Groupama que, a través de su canal de televisión, ha promocio-



nado esta iniciativa, o de Abbot que ha colocado un gran número de carteles en la empresa y muchos familiares de sus trabajadores se han mostrado interesados en el proyecto. También ha sucedido algo similar en CLH, donde muchos empleados han conocido esta iniciativa a través de la intranet de la empresa y se la han trasladado a sus familiares. Por su parte, REE se ha lle-

dos, como es el caso de Banesto, o a becas para estudiantes de los últimos años de carrera en los que trabajan media jornada con una retribución considerable y con posibilidad de incorporación posterior, como sucede en CLH.

En lo que todos coinciden es en que este grupo estudiantil aporta cualidades diferenciadas del resto y que ofrece un valor añadido diferen-

Los erasmus son atractivos para las empresas por su propensión a la movilidad territorial y su conocimiento de idiomas

vado la cartelería de Recruiting Erasmus a dos foros de empleo y ha levantado gran interés entre los asistentes.

Además de ayudar a las empresas a ponerse en contacto con recién licenciados y con estudiantes Erasmus, este programa "aporta notoriedad a la marca y refleja la apertura de la compañía", afirma Elena Gamallo, responsable de Selección y Formación de La Caixa. En la misma línea Paula Patiño, de Janssen-Cilag, sostiene que: "Participar en este proyecto nos está permitiendo afianzar nuestra imagen como empresa innovadora en busca de personas que quieren hacer las cosas de una manera diferente y ser reconocidas por ello".

La actuación de las empresas

En el momento en el que PeopleMatters entregue los currículos a las empresas, el proceso de selección está en su mano. Cada compañía tiene necesidades propias y mientras que, por ejemplo, Groupama está buscando personal para el departamento de Asesoría Jurídica, REE ofrece realizar prácticas preferiblemente fuera de Madrid.

Dependiendo de la empresa, los solicitantes podrán optar directamente a contratos indefini-

te al resto de solicitantes de empleo. Así, tal y como afirma Elena Gamallo, de La Caixa, "el 31% de los trabajadores de La Caixa han sido estudiantes Erasmus".

Al hablar del número de posibles incorporaciones, todas las empresas participantes en el proyecto lo hacen con mucha cautela. La situación económica actual es un factor determinante que condicionará esta decisión, además, no quieren dar números para "no crear falsas expectativas". Cada empresa valorará sus necesidades y en función de ello incorporará a los candidatos que considere adecuados.

Por último, Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters, subraya que ante una situación tan crítica como la actual "es importante agradecer la participación de estas empresas por ir a contracorriente de la coyuntura económica, ya que en estos momentos es de vital importancia seguir reclutando talento".

La valoración de este proyecto ha sido realmente positiva, y por ello, el próximo mes de junio se comenzará a preparar la siguiente edición a través de reuniones informativas con las posibles empresas colaboradoras ■

redaccion@custommedia.es

