

Recruiting Erasmus, una iniciativa para identificar y captar talento internacional

En 2008 surgió el programa Recruiting Erasmus, impulsado por PeopleMatters, con la intención de facilitar el contacto entre las empresas y los estudiantes del Programa Erasmus de la Unión Europea. Tras 5 ediciones, el programa está consolidado, aunque sigue siendo la única iniciativa de estas características en Europa. Por ello, este año PeopleMatters ha recibido una Mención Especial en Innovación, porque creemos en la importancia de identificar y atraer el talento de nuestros jóvenes en el extranjero para facilitar su incorporación al mercado laboral español, ofreciendo a las compañías una cantera de candidatos de primer nivel.

Jose Antonio Carazo, director de Capital Humano.

peplematters

PEOPLEMATTERS

Domicilio social: Serrano, 21. 28001 Madrid.

World Trade Center, Edificio Sur, 2ª planta. 08039 Barcelona.

Teléfono: 91 781 06 80 / 93 344 32 84.

Web: www.peplematters.com

Sector: Servicios.

Actividad: Consultoría de Recursos Humanos.

Plantilla: 27 empleados.



FICHA TÉCNICA

Título: Recruiting Erasmus, una iniciativa para identificar y captar talento internacional.

Autor: CARAZO MURIEL, José Anonio.

Fuente: Capital Humano, nº 281. Noviembre, 2013

Resumen: La necesidad de captar talento y la globalización de los mercados son dos de los condicionantes que hacen que las empresas busquen perfiles profesionales cada vez más internacionales. El Programa Erasmus de la Unión Europea es una buena cantera de candidatos. Con el objetivo de poner en contacto a estos con empresas ávidas de identificar talento internacional se creó en 2008 el programa Recruiting Erasmus, impulsado por PeopleMatters. Se trata de un proyecto innovador que facilita el contacto entre las empresas y los estudiantes del Programa Erasmus. Después de 5 ediciones el programa está consolidado, aunque sigue siendo la única iniciativa de estas características en Europa. Este año PeopleMatters ha recibido una Mención Especial en Innovación de los Premios Capital Humano por su programa Recruiting Erasmus, una iniciativa que permite identificar y atraer el talento de nuestros jóvenes en el extranjero para facilitar su incorporación al mercado laboral español ofreciendo a las empresas una cantera de candidatos de primer nivel.

Descriptor: Premios Capital Humano / Innovación / Reclutamiento

En un entorno económico adverso como el que vivimos reclutar al mejor talento resulta imprescindible, sobre todo para las organizaciones obligadas a competir en un mercado de complejidad creciente, a medir sus costes con exactitud y el retorno a la inversión de todas las acciones que realicen. En el caso español las empresas tienen que mejorar su competitividad global y eso implica, entre otras medidas, que las empresas cada vez más demanden “profesionales más globales”, con unas competencias diferenciales que les aportan una ventaja competitiva frente a otros candidatos.

En el año 2007 diferentes hechos llevaron a PeopleMatters a identificar las características de los estudiantes internacionales como las más demandadas por las empresas. Elaboró un estudio sobre los valores de los jóvenes hacia el trabajo y la empresa que reveló que lo valorado por los jóvenes no coincidía con lo que valoraban las empresas. Al mismo tiempo, la Asociación de Empresas de Consultoría (AEC) solicitó a PeopleMatters un proyecto para atraer al sector a las personas con más talento. Ese mismo año, Calidalia lanzó una campaña de marketing directo al colectivo de estudiantes del Programa Erasmus, que consistía en enviarles una cesta con productos de consumo de sus empresas asociadas y solicitó a PeopleMatters ayuda para incorporar en la campaña ofertas de empleo. >

> INICIATIVA PARA LA EUROPA DE 2020

El Programa Erasmus, acrónimo del nombre oficial en idioma inglés: *EuRopean Community Action Scheme for the Mobility of University Students* (Plan de Acción de la Comunidad Europea para la Movilidad de Estudiantes Universitarios), creado para coincidir con el nombre de Erasmo de Rotterdam, es un plan que facilita la movilidad académica de los estudiantes y profesores universitarios dentro de los Estados miembros de la Unión Europea, de tres países del Espacio Económico Europeo (Islandia, Liechtenstein y Noruega) y de Suiza y Turquía. Fue creado en 1987 en el entorno de la estrategia Europa 2020 y está orientado a la enseñanza superior. Tiene como objetivo «mejorar la calidad y fortalecer la dimensión europea de la enseñanza superior fomentando la cooperación transnacional entre universidades, estimulando la movilidad en Europa y mejorando la transparencia y el pleno reconocimiento académico de los estudios y cualificaciones en toda la Unión».

En este contexto nació en 2008 Recruiting Erasmus, un proyecto innovador que facilita el contacto entre las empresas y los estudiantes que actualmente cursan o acaban de cursar, sus estudios universitarios fuera de nuestras fronteras por medio del Programa Erasmus u otros similares de carácter internacional. Los estudiantes objeto de este programa pertenecen a alguno de los siguientes colectivos:

- Estudiantes de universidades españolas que salen al extranjero en el curso académico actual.
- Extranjeros que vienen a España durante el curso actual.
- Estudiantes de universidades españolas que han regresado de su curso internacional y están próximos a titularse.
- Recién titulados con estancia internacional durante sus estudios.

Se trata de una iniciativa única e innovadora que, aunque surge de la empresa privada, bajo el liderazgo de la consultora Peplematters, rápidamente ha sido capaz de encajar con el sector directamente implicado en este tipo de programas de movilidad internacional como es el mundo universitario, convirtiéndose en la actualidad en un programa mixto con participación pública y privada, Universidad y Empresa. Es una iniciativa pionera que no existe en el resto de Europa y muy probablemente se acabará haciendo extensible a otros países en próximas ediciones.

Durante las cinco ediciones del Programa Recruiting Erasmus empresas de primer nivel y de diferentes sectores de actividad han participado como socios, beneficiándose de la

base de datos de estudiantes internacionales para invitarles a participar en sus procesos de selección, así como de la campaña de comunicación realizada en distintos medios especializados, en la web del Programa y en redes sociales.

En la última edición el programa contó con la participación de compañías como Abbott, AbbVie, Banesto, BBVA, Grupo CLH, Gas Natural Fenosa, Iberia, Heineken España, Iberia, Ikea, Inditex, Janssen, MSD, Prosegur y Tecnalia. Todas ellas son compañías punteras en sus respectivos sectores y comparten el objetivo de incorporar en sus equipos a jóvenes con talento, buen historial académico y ganas de iniciar una ambiciosa trayectoria profesional. Además, están unidas por su talante innovador en la gestión de recursos humanos y la ambición de incorporar a profesionales capaces de aportar valor añadido y juntas, conformar una oferta inigualable para los estudiantes más brillantes que buscan iniciar una trayectoria profesional en grandes empresas, galardonadas en la mayoría de los casos como mejores empresas para trabajar.

INTERNACIONALIDAD, DENOMINADOR COMÚN

El éxito cosechado por Recruiting Erasmus se basa en que ha sido capaz de conectar a los tres pilares esenciales para el desarrollo del mercado de trabajo: las compañías más deseadas por los profesionales, los mejores estudiantes y el mundo universitario. Por el lado empresarial, se trata de una forma directa de entrar en contacto con cerca de 25.000 universitarios con un perfil que coincide con el más demandado por las empresas socias. Por el lado de las universidades, su participación en el Programa facilita el acercamiento entre la Universidad y el mundo empresarial, a menudo distantes, al mismo tiempo que ayuda al mundo docente a poner en valor el esfuerzo que está realizando para lograr la internacionalización de estudiantes y el acercamiento al Espacio Europeo de Educación Superior.

El programa facilita enormemente a las empresas socias los procesos de selección y contratación, lo que reduce costes, elimina ineficiencias y mejora los resultados. Al mismo tiempo que proporciona a las empresas participantes presencia en el mercado de trabajo, mejorando su imagen de marca como empleador y diferenciándolas de otras empresas que operan en su entorno. Todos los estudiantes que han disfrutado de un Programa de estudios o prácticas internacional pueden formar parte del Programa por un periodo máximo de cuatro años desde la finalización de sus estudios universitarios.



En la actualidad estos criterios de permanencia se están revisando, por un lado, para permitir la pertenencia al colectivo de miembros del Programa Recruiting Erasmus indefinidamente y por otro lado, para incorporar otros programas de movilidad internacional que no sean únicamente europeos o destinados únicamente a la realización de estudios. Aunque los programas Erasmus más conocidos son los de movilidad académica universitaria, en los últimos años han ido cobrando protagonismo otros programas como “Erasmus Prácticas”, que ofrece a los estudiantes la posibilidad de realizar prácticas retribuidas en empresas europeas acogidas al Programa.

La experiencia internacional desarrolla una serie de competencias en los estudiantes que resultan atractivas para las empresas. Las principales características de los jóvenes con experiencia internacional empieza desde antes de salir al extranjero. Se plantean una estancia en el extranjero los jóvenes con iniciativa, excelencia académica y proactividad. Durante su estancia trabajan las habilidades sociales, el aprendizaje de idiomas, la comprensión multicultural y la capacidad para “buscarse la vida”. Una vez finalizada su estancia tienen más interés por emanciparse, están más dispuestos a la movilidad, su actitud antes el trabajo y la empresa son diferentes, así como su visión global del mundo y su capacidad de adaptación al cambio.

La identificación de estudiantes con experiencia internacional permite localizar profesionales cualificados, men-

talizados y preparados para un mundo laboral que está interconectado. Se sienten más seguros a la hora de trabajar con personas de otras culturas, tienen menor resistencia a cambiar de residencia y suelen querer repetir la experiencia, por lo que muchos de ellos aceptarían un trabajo para irse a otro país, aspecto este importante si tenemos en cuenta que con la crisis económica actual, muchas empresas están optando por la internacionalización para compensar la caída de la cifra de negocio en España. Todas estas competencias diferenciales son, precisamente, las que se encuentran con mayor facilidad entre aquellos estudiantes que un día decidieron emprender una experiencia internacional.

UN PROYECTO EN EL QUE TODOS GANAN

La web del programa (www.recruitingerasmus.com) es el punto de encuentro donde los estudiantes pueden inscribirse y facilitar sus datos de contacto no solo para incorporarse a los procesos de selección de las compañías, sino también para poder disfrutar de promociones y descuentos en una variedad de productos y servicios que el Club Recruiting Erasmus, al que se accede a través de la página web. Los candidatos inscritos tienen acceso a numerosos descuentos en productos y servicios de grandes marcas de moda, tecnología, hogar, restaurantes, cines y espectáculos, entre otros. >



Socios y directores de Peoplematters: Soledad Gamerman, Coral González, Montse Fernández- Cid, Victoria Gismera, Enrique Arce, Camilla Hillier- Fry, Susana Marcos y Alfonso Jiménez.

>

ALFONSO JIMÉNEZ, DIRECTOR GENERAL DE PEOPLEMATTERS
“TENEMOS QUE SER CAPACES DE GENERAR CAMBIOS
CON MÉTODOS DE GESTIÓN COMPETITIVOS”



PeopleMatters nació en 2003 como resultado de la iniciativa de un grupo de profesionales encabezados por Alfonso Jiménez. Se define como una consultora de Gestión de Personas que se concentra en ayuda a sus clientes a conseguir los resultados corporativos a través de estrategias y procesos de gestión de personas. Con 10 años de vida a sus espaldas, PeopleMatters ha vivido la época de expansión de la economía y una recesión que todavía no acaba de ver su final. A lo largo de estos dos lustros ha desarrollado conceptos con el “Employer Branding”, ha reivindicado el papel estratégico de la Dirección de Recursos Humanos y ha impulsado programas como el “Recruiting Erasmus”, que este año ha recibido uno de los premios Capital Humano.

¿Cuál ha sido la evolución de PeopleMatters en los últimos 10 años? ¿Qué ha aportado a la consultoría?

Nacimos con la ambición de convertirnos en una firma de servicios profesionales de consultoría de Gestión de Personas con vocación de liderazgo en todas las líneas de pensamiento en las que nos hemos concentrado. Hoy somos un referente claro para la comunidad de negocios de nuestro país en materia de Gestión de Personas. Además nos propusimos primero, ser consultores y, luego, de personas. Creemos que tiene que haber una profunda convergencia del negocio con los aspectos de sus profesionales. Nuestros consultores tienen que saber de todas las áreas y funciones de la empresa, no son solo ser especialistas de personas.

¿Cuáles son los grandes hitos de la la firma?

Habría que señalar tres etapas. La primera podríamos denominarla “constituyente”. Durante el primer año tuvimos que

hacer un gran esfuerzo por desarrollar la marca y por dotar a la firma de las infraestructuras que nos permitieran operar con el menor coste. Una segunda etapa fue entre 2004 y 2008, en la que nos aprovechamos de un fuerte crecimiento económico en el país que trajo como consecuencia muchas tensiones en el mercado laboral, en el sentido de que la oferta de trabajadores era inferior a la demanda. Eso hizo que muchas empresas tuvieran que desarrollar modelos de atracción y retención del talento, además de hacer frente a mayor diversidad. Fueron años estupendos en los que crecimos con tasas muy importantes. Fue un periodo en el que se incorporaron al proyecto de PeopleMatters magníficos profesionales. El tercer periodo se inició en 2009 y llega hasta ahora, en el que se ha producido una reducción importante de la demanda de servicios consultoría. Con la crisis los presupuestos se han reducido, lo que nos ha llevado a reinventarnos para hacer más con menos.

¿Recruiting Erasmus es el programa emblemático o el que le ha dado más visibilidad?

Es algo atípico para nosotros por varias razones: en primer lugar es un proyecto multicliente (todos nuestros proyectos son monocliente), en segundo lugar porque es un proceso continuo de naturaleza anual y, en tercer lugar, porque implica una tecnología compleja. Además, requiere la gestión de una importante campaña de comunicación externa que, claro está, nos aporta visibilidad. Estamos muy orgullosos de haber inventado algo que aporta tanto valor a los clientes y a la sociedad.

¿El employer branding es una estrategia o una moda?

Es algo que en el mundo se está desarrollando a gran velocidad. Las buenas empresas, además de serlo, tienen que parecerlo y no solo en cuanto a sus marcas comerciales, sino a su marca corporativa. Los aspectos relacionados con el empleo son muy importantes para la imagen y la reputación. Es increíble el desarrollo que está teniendo no solo ya en el mundo anglosajón, también en Asia. El desarrollo del employer branding correlaciona mucho con el balance entre la oferta y la demanda del mercado laboral. Tiene más sentido en mercados con alta demanda de profesionales en los que se produce una auténtica lucha por el talento. En mercados planos o en los que abundan los profesionales, no son un recurso tan escaso y crítico y, por tanto, no es tan estratégico su atracción y retención y, por consiguiente, la inversión en la imagen de marca como empleador.



¿Cómo van a condicionar la gestión de personas aspectos como la evolución demográfica o el marco regulatorio de las relaciones laborales?

Son vectores clave en la configuración del mercado laboral. Los cambios demográficos que afectan a Europa son tremendos. El más importante es el envejecimiento de la población. Realmente es el gran desafío social que no sabemos cómo vamos a afrontar. Y digo afrontar, que no resolver, porque no tiene solución. El envejecimiento implicará que la población activa también se va a envejecer y que los jóvenes serán un colectivo escaso (no llegará al 13% del total de la población), además habrá una fuerte presión por parte de las Administraciones para no sacar tempranamente a los profesionales del mercado. Todo eso, nos hará cambiar las reglas del juego. Antes, muchas empresas tenían la estrategia de sacar gente mayor e incorporar talento joven más barato y más formado. Eso ya no será necesariamente así.

Respecto a las reformas del marco jurídico-laboral solo decir que si Europa quiere competir con las economías emergentes y las maduras fuertes, tiene que facilitar la Gestión de Personas sin demasiados condicionamientos regulatorios. España estaba muy penalizada en su capacidad de competitividad por el marco anterior que era excesivamente protector y no permitía fluir la Gestión de Personas.

¿Qué es lo que más preocupa a los Directores de RR.HH. actualmente y de cara al próximo futuro?

Muchos están cansados de los ajustes. Creemos que hay tres ejes de actuación. Por un lado, la crisis nos ha enseñado que las empresas tienen que buscar la máxima eficiencia y competitividad, lo que depende en gran medida del control de sus costes. Los costes laborales son un área clave de contribución a la competitividad desde la Gestión de Personas. Además, una vez que se tiene el coste, es decir, se tiene un profesional en estructura es fundamental que entregue el máximo rendimiento. En definitiva, un área de preocupación es cómo contribuir permanentemente a la competitividad.

Otra área de preocupación es cómo asegurar que atraen a los mejores de su mercado y cómo una vez atraídos, se retienen esos buenos profesionales. Y una tercera fuente de preocupación es cómo afrontar la diversidad. Actualmente convergen varios vectores de diversidad, género, multiculturalidad y generacional. Esta diversidad es un factor de complejidad.

¿La Función está ocupando la posición que le corresponde o todavía tiene que buscar su espacio?

Entre el año 1996 y 2008 se produjo una evolución muy favorable. El rol de la Gestión de Personas cambió de manera muy importante. Sin embargo, la crisis ha cuestionado otra vez las prioridades, las estrategias, los presupuestos. Podríamos decir que se ha producido una involución en estos últimos 5 años. Sin embargo, la evolución demográfica, social y regulatoria, hará que nuevamente ocupen un papel crítico en la agenda de la empresa.

¿El perfil de los Directores de RR.HH. es el adecuado para afrontar los retos que plantea la función?

Nosotros apostamos por un perfil de dirección que podríamos denominar "estratégico" que implica: tener el apoyo y la sintonía del CEO y demás miembros del Comité de Dirección, tener el respeto de la estructura directiva y gerencial, aportar procesos de Gestión de Personas competitivos, con capacidad para contar con un equipo altamente preparado y profesional y, finalmente, que aporte un alto valor añadido al negocio.

¿La gestión de personas es una prioridad para las Direcciones Generales o ha perdido peso?

Como comentábamos antes se ha producido un retroceso. La crisis ha quitado peso a los profesionales y parece que hoy son más prescindibles, por tanto no parecen que sean tan críticos y, por consiguiente, la Gestión de Personas pierde peso en la agenda empresarial. Evidentemente eso no debería ser así, pero es así. Los directivos de Gestión de Personas tienen que dedicar mucho tiempo a ganar reputación para la función. Es una labor evangelizadora permanente que llega a agotar ya que parece que hay que estar justificando permanentemente lo que cada día se emprende.

¿Qué necesita la empresa española para los próximos 10 años?

Creemos que en los próximos 10 años nos jugamos el ser o no ser una economía relevante. Estamos perdiendo posiciones en cuanto a economías importantes y referentes. Las evaluaciones de competitividad tampoco nos ayudan. Tenemos que ser capaces de generar los cambios para demostrar que somos una economía avanzada con métodos de gestión competitivos o seremos un país mediocre que dependeremos siempre de otros. Para ello, tenemos que mejorar mucho en cuanto al papel que se debe de otorgar a la Gestión de Personas en la ecuación empresarial, pero evidentemente queda mucho por hacer. Desde PeopleMatters queremos ayudar a las empresas a crear valor sostenible desde las personas que es el área de nuestra especialización.

> Entre los beneficios para las empresas participantes se pueden señalar los siguientes:

- Acceso y posibilidad de captación de un público objetivo de jóvenes estudiantes, españoles y extranjeros, entre 21 y 30 años con perfil internacional:
 - Competencias diferenciales.
 - Dominio de idiomas.
 - Mayor disponibilidad geográfica
- Presencia de marca como empleador en todos los soportes vinculados al programa (Web, envíos, anuncios prensa, etc.).
- El componente multi-empresa hace posible una acción de bajo coste y alto impacto, difícil de realizar individualmente.
 - Colaboración con las universidades españolas en el desarrollo profesional de sus alumnos, dando un mensaje positivo y esperanzador en el contexto económico actual.

Desde su creación, el programa no ha dejado de evolucionar. Hoy cuenta con el apoyo del 80 por ciento del sistema universitario español y tiene casi 25.000 candidatos inscritos. El 92 por ciento de los participantes en Recruiting Erasmus son españoles y el 8 por ciento restante son del resto de Europa (principalmente Italia, Francia y Alemania) y Latinoamé-

rica. Por tipo de estudios, destacan Ingeniería, Administración y Dirección de Empresas, Derecho, Humanidades, Ciencias experimentales.

Recruiting Erasmus ha ido desarrollándose paulatinamente y actualmente utiliza tecnologías de vanguardia, así como las redes sociales como instrumento de presencia para los estudiantes internacionales. Este año, el lema "Everything's ready!", trata de simbolizar el espíritu inquieto y de dinamismo de estos jóvenes "diferentes" y preparados para un entorno global. La imagen de la campaña 2012/2013, que es una simple maleta juvenil, representa su disposición a la movilidad internacional y ha sido seleccionada a través de un concurso en las redes sociales.

PERSPECTIVAS DE FUTURO

Las cifras avalan el gran crecimiento de Recruiting Erasmus. Durante la primera edición, en el año 2009, participaron 4.826 estudiantes, ocho empresas y 37 universidades. En 2013 se llegará a los 25.000 estudiantes, el apoyo de 70 universidades y el número de socios que a pesar de la crisis participa en el programa es de 17 empresas. Después de cinco ediciones continúa siendo la única iniciativa público-privada de fomento de empleo entre los estudiantes internacionales.

El Programa Recruiting Erasmus tiene dos objetivos futuros claramente identificados y para los que están desarrollando dos planes de acción:

Evolución tecnológica: Para convertir el Programa en una red social multiplataforma (web y móvil) de estudiantes internacionales que fomenta el contacto entre los estudiantes para el intercambio de información y el acceso a los procesos de selección de las compañías socias. Proporcionará información útil, instantánea, dinámica y en tiempo real, adaptada a las necesidades de los estudiantes y empresas, para facilitar la experiencia Erasmus compaginándola con la búsqueda del primer empleo internacional.

- **Expansión internacional:** A través de diferentes acuerdos con los Ministerios de Ciencia e Innovación y Educación, Cultura y Deporte, se está buscando el apoyo de la Administración Pública española y europea para replicar esta iniciativa que en otros países de nuestro entorno. ■

