

PROYECTO LYDES: INCORPORANDO PERSONAS AL MERCADO LABORAL¹

Antonio García de Castro, Director General de la Fundación San Telmo, era una persona a la que le gustaba conocer de primera mano cómo marchaban todos los programas del Instituto Internacional San Telmo, la Escuela de Negocios que dependía de la Institución que dirigía. Por ello, no resultaba extraño encontrar en la puerta de su despacho a personas que habían cursado algún programa en San Telmo y que solicitaban una cita con él para intercambiar impresiones sobre sus empresas, nuevas andaduras profesionales a las que lanzarse o el propio desarrollo de la carrera profesional.

Era principios de enero de 2012 y Antonio iba enfocando los diversos retos a los que se enfrentaría en el nuevo año. Esto no le impedía concertar entrevistas con todos los alumnos que así se lo pedían. Esa tarde quien le esperaba era María del Mar Morales, una chica joven. Antonio estaba muy comprometido con el programa que habían lanzado hacía dos años y medio, dirigido a jóvenes recién licenciados, y no dudó un momento en concertar la cita con la joven y analizar cuál era su situación y en qué podía ayudarla. Ya lo había hecho anteriormente en otra ocasión, en el mes de abril de 2011, cuando en un viaje a Almería aprovechó para reunirse con ella.

Esa misma mañana, mientras analizaba su agenda del día y observaba la cita de por la tarde con María del Mar, había recordado con alegría y satisfacción cómo había surgido aquel proyecto que tanto le entusiasmaba. Fue en septiembre de 2008, durante una conversación con un antiguo alumno. Éste le había puesto de manifiesto lo difícil que le resultaba encontrar a personas recién licenciadas bien formadas y con ganas de trabajar. No sabía bien dónde encontrarlas, ya que, si acudía a la Universidad, podía encontrar a recién licenciados con buenos resultados académicos pero que, cuando empezaban a trabajar en la empresa, no sabían enfrentarse a la problemática del día a día laboral.

¹ Caso de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparado por la asistente de investigación D^a Carmen Hernández Rodríguez-Mancheño, bajo la supervisión del profesor Antonio Hidalgo Pérez del Instituto Internacional San Telmo, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © Junio 2013, Instituto Internacional San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita del Instituto Internacional San Telmo.

Antonio estuvo varios días dándole vueltas a lo que aquel empresario le había dicho: *“deberían darle un baño de gestión empresarial a los jóvenes antes de incorporarse al mercado laboral, que pasara por reforzar los conocimientos empresariales y dotarlos de una buena dosis de capacidad de trabajo, capacidad de liderazgo, capacidad de sacrificio, afán de superación continua, humildad y trabajo en equipo”*.

¿Podría dar San Telmo respuesta a esta necesidad? ¿Realmente se encontraban las empresas andaluzas ante esta problemática? Y si así sucedía, ¿en qué tipo de empresas ocurría?

Tras varios días, Antonio decidió interesarse por lo que, sobre esta cuestión, opinaban los empresarios con los que tenía más contacto. Aprovecharía cada reunión con antiguos alumnos en las siguientes semanas para preguntarles cómo gestionaban la incorporación a sus compañías de jóvenes recién licenciados.

Cual fue su sorpresa cuando empezó a observar que todas le comentaban lo mismo: *“hoy en día los jóvenes no saben lo que es trabajar”, “en la Universidad les enseñan mucha teoría, pero ¿quién les enseña la práctica?”, “nos resulta difícil encontrar a personas buenas, y cuando las encontramos necesitamos varios meses para que comprendan el funcionamiento interno de la Empresa”*.

Antonio pensaba en las respuestas que iba obteniendo y sentía que San Telmo debía hacer algo al respecto. ¿Por qué no se encargaban ellos de formar a los recién licenciados en materia empresarial? ¿Acaso no era eso lo que hacían con los empresarios y la alta dirección? Contaban con treinta años de experiencia en formación en gestión empresarial como escuela líder de Andalucía. Pero debían ir más allá de lo que se conseguía con un programa de formación o de perfeccionamiento del Instituto. No sólo debían enseñar conceptos empresariales a los jóvenes, sino también, mostrarles el funcionamiento de la empresa, cómo desenvolverse en el día a día, y la importancia de valores empresariales reconocidos por todos como la humildad o la capacidad de sacrificio.

Por ello, no dudó en llamar a uno de sus directivos de confianza para que se pusiera manos a la obra a perfilar su idea. Quería que se estudiaran más de cerca las necesidades de las empresas ante estos perfiles y las características fundamentales que se demandaban.

Tras varios meses de análisis, concluyeron que la mayoría de las empresas encontraban esa misma dificultad a la hora de contratar jóvenes sin experiencia profesional. Las carreras que más demandaban eran todas las ingenierías de rama superior y las licenciaturas de Administración y Dirección de Empresas, Derecho y Economía. El perfil era el de una persona recién licenciada, sin experiencia profesional y con un alto nivel de idiomas. Ésta era otra de las quejas comunes a todas las empresas: necesitaban a personas con mucho nivel de inglés ya que el mercado estaba cada vez más globalizado.

Después de varias conversaciones en el Consejo de Dirección, se tomó una decisión: diseñarían un programa que diera respuesta a esa nueva necesidad detectada. Tenían claro el perfil del participante que querían formar, pero debían pensar detenidamente cómo diseñar su proyecto. Pensaban que el mejor momento para hacerlo sería justo cuando el universitario finalizase su carrera, es decir, en el mes de julio.

Estos jóvenes tenían que ser los mejores de toda Andalucía. Además de buenos expedientes académicos, debían poseer niveles altos de inglés y habilidades y actitudes para ser en el futuro profesionales de éxito. Estas personas permanecerían hasta septiembre formándose en San Telmo y después participarían en diversos procesos de selección en empresas con las que se habían alcanzado acuerdos de colaboración a tal fin.

DE LA IDEA A LA REALIDAD

De esta forma se lanzaba el Proyecto Lydes (Liderazgo y Desarrollo) en el verano de 2009. Su lema era “Los mejores universitarios para las mejores empresas”. Tres promociones se habían formado e incorporado ya al mercado laboral a través de este proyecto.

Las personas que trabajaban en la institución veían en el Lydes la opción ideal para los recién licenciados que se encontraban desorientados al finalizar sus estudios universitarios. Antonio había escuchado en más de una reunión: *“¡ojalá hubiese existido el LYDES cuando yo acabé mi carrera!”*

Pero, como en todos los negocios, y más en ámbitos relacionados con las personas, surgían cuestiones difíciles. Era el caso de las contrataciones por las empresas, una vez superada la fase docente. La formación recibida en San Telmo era calificada por los alumnos como excelente. Todos coincidían en que había sido una experiencia personal y profesional que les había marcado en su vida. Era algo muy distinto a lo que conocían y se sentían entusiasmados ante el reto. Sin embargo, en los tres años de andadura del proyecto, habían surgido algunos casos, afortunadamente poco frecuentes, en los que había resultado difícil encajar a un determinado candidato en una empresa, y debían analizar muy bien las causas para que este producto funcionase a la perfección en todas sus fases.

Y este punto era vital para la marcha del proyecto. Efectivamente, el Proyecto Lydes había nacido con tres objetivos claros: acelerar la incorporación de los jóvenes talentos al mundo laboral; permitir a dichos jóvenes el acceso a puestos de trabajo de mayor calidad; y diseñar con ellos su carrera profesional.

Se articulaba en torno a tres bloques. En primer lugar, se desarrollaba una fase docente, que se caracterizaba por fundamentarse en la metodología del caso. Con este método se trataba, no sólo de ampliar los conocimientos de los participantes, sino de desarrollar y mejorar habilidades y actitudes empresariales. El método del caso era un