



GRAN VALOR

Según los expertos, recibir una formación internacional ayuda a desarrollar una mentalidad abierta y sirve de preparación para hacer negocios en diferentes países. Esto lo valoran mucho las empresas, ya que son conscientes de que puede ayudarles a expandirse más rápidamente. En ese sentido, la directora de 'Talents & Rewards' de la consultora Willis Towers Watson asegura que «cuando hablas idiomas distintos también conoces otras culturas y formas de pensar y eso te hace ganar años de experiencia».

/ PHOTOSTOCK-STUDIO

Idiomas y Erasmus, lo más codiciado

Las empresas valoran especialmente a los candidatos que tienen un currículum internacional, sobre todo si tienen experiencia formativa o profesional en el extranjero y si hablan varias lenguas, entre ellas el chino

Por Noelia Marín

El mercado laboral pasa por un momento complicado, por eso es muy importante la diferenciación. Y una de las cosas que más valoran las empresas a la hora de contratar es que los candidatos tengan un perfil internacional. El simple hecho de hablar varias lenguas puede abrir muchas puertas. De hecho, según un estudio de la consultora Randstad, saber

idiomas aumenta un 37% las posibilidades de acceder a un empleo.

Además de hablar varias lenguas, también valoran que se hayan ido de Erasmus, que hayan estudiado en centros que proporcionan una educación internacional o que tengan experiencia profesional en el extranjero. Lo hacen porque son conscientes de que contratar a personas con

un currículum internacional puede aportar un gran valor a la compañía: por lo general, es gente acostumbrada a trabajar en entornos y equipos multiculturales, factores muy importantes en un entorno globalizado.

«La expansión internacional es una gran oportunidad de negocio para las empresas y en los centros de estudios estamos notando que el mercado busca profesionales de perfil internacional. Por eso muchos alumnos buscan enriquecer su currículum haciendo un máster o prácticas en el extranjero», cuenta Josep Franch, el decano de Esade Business School. Insiste en que, a diferencia de lo que pasaba hace unos años, las empresas ya no solo contratan a este tipo de perfiles en sus departamentos de ventas o de comercio exterior. Ahora necesitan profesionales «con mentalidad internacional y abierta en todas las áreas de la empresa: desde el departamento de logística hasta el de marketing o financiero», cuenta. Y es que cualquier compañía que hoy en día quiera internacionalizarse tiene que diseñar sus productos y servicios pensando en las necesidades de otros mercados, conocer a su público objetivo y saber hacer negocios con ejecutivos de distintas culturas. Y eso sólo se consigue con este tipo de perfiles profesionales.

Por eso muchas universidades y escuelas de negocios hace años que apostaron por dar un enfoque internacional a sus programas de estu-

Saber inglés ya no es suficiente

Saber inglés es necesario, pero ya no es suficiente. Así de claro lo explica Constanza Lobo Guerrero, directora de 'Talent & Rewards' en la consultora Willis Towers Watson: «Antes al que sabía inglés se le pagaba un plus en las empresas y ahora es una obligación». El manejo del inglés es algo que las compañías dan por sabido y ahora valoran especialmente que los empleados conozcan entre tres y cuatro idiomas (y si uno de ellos es el chino, mejor que mejor). Y no solo se piden idiomas y formación internacional a los empleados de base, también a los altos ejecutivos.

En Esade, el 45% de sus profesores son extranjeros y las clases son multiculturales, lo que también enriquece el aprendizaje. De hecho, cuentan con alumnos de más de 100 nacionalidades. «Cuando tienes que hacer un trabajo con un compañero chino, un brasileño y un finlandés, desarrollas competencias interculturales», cuenta.

Por su parte, Francisco González, profesor de posgrado en ESIC, asegura que en tiempos de crisis como el que estamos viviendo todavía es mayor la demanda de perfiles profesionales internacionales. «Es de esperar que muchas empresas españolas den el salto al exterior. Es una opción natural en un momento en el que el mercado doméstico está en recesión», explica. En su caso, conscientes de que el inglés es la lengua oficial de los negocios, hace años que imparten en este idioma su programa de máster en comercio internacional (conocido como MITB por sus siglas en inglés). «Es bueno que los alumnos cursen sus estudios en este idioma, porque cuando salgan a los mercados lo necesitarán», añade.

Además, las compañías también valoran positivamente a aquellos profesionales que han realizado parte de sus estudios en el extranjero. Y ahora que las economías asiáticas tienen un peso cada vez mayor en los mercados internacionales, el hecho de haber estudiado un tiempo en alguna universidad de China tiene todavía un mayor valor. Por eso, sus alumnos tienen la oportunidad de pasar un período de entre tres y cinco meses en el gigante asiático. «Formarse y hacer prácticas en un mercado como el de China, que ahora mismo es la economía más boyante en comercio internacional, es un gran valor añadido», concluye González.