

1.800 jóvenes de todo el país viven el Adecco Experience Workday

Después de cinco ediciones, la iniciativa Redgeneración Adecco ha cambiado su formato: en lugar de cerrar las oficinas de la empresa para que sus profesionales salgan a la calle a ayudar y asesorar a desempleados, la compañía de Recursos Humanos ha abierto las puertas de su sede central y oficinas de toda España a jóvenes estudiantes. De este modo, el pasado 26 de abril se celebró el Adecco Experience Workday con el que 1.800 jóvenes de todo el país pudieron vivir en primera persona cómo es la experiencia de trabajar en una multinacional. Esta iniciativa se enmarca en el compromiso de Adecco con la empleabilidad de los jóvenes y se celebra a nivel mundial.

Consciente de que el mayor problema al que se enfrentan los jóvenes es la transición del sistema educativo al mercado de trabajo, Adecco ha querido que esta edición de Redgeneración Adecco sea más especial que nunca, pero manteniendo el mismo objetivo: "La preocupación de Adecco por los jóvenes y el compromiso que tomamos con ellos porque son un colectivo bastante discriminado en el acceso al primer empleo", comenta el presidente de Adecco España, Enrique Sánchez.

Es por ello que el Adecco Experience Workday consistió en una sesión formativa basada en un día real de trabajo en la que participaron 1.800 jóvenes de todo el país y 36.000 en todo el mundo. Se trata de una manera distinta y especial de descubrir y orientar a los más jóvenes en su futura carrera profesional. Por ello, "hemos abierto las puertas de las instalaciones de Adecco en España para que vengan a vernos y tengan durante toda la mañana un *coach*, que es un empleado de Adecco, que comparte su trabajo diario con ese joven. No solo queremos darles asesoramiento y orientación, sino que vivan cómo se trabaja en una empresa a través de situaciones reales de trabajo. Es un baño de realidad muy acelerado e intenso con el que tienen la oportunidad de ver cómo funciona una empresa y cómo se organiza el trabajo de un equipo, cómo se fijan los objetivos, qué preocupaciones tiene la gente... En definitiva, es mostrar la vida real de las empresas", comenta Enrique Sánchez.

Un día en el departamento de Marketing y Comunicación

Madrid fue el centro neurálgico de esta iniciativa. La sede de Adecco en Pozuelo de Alarcón abrió sus puertas a más de 200 jóvenes para que acompañasen a los trabajadores de todos los departamentos. Además, las más de 300 delegaciones repartidas por toda España estuvieron abiertas para que los candidatos acompañasen a los empleados de Adecco durante una jornada de trabajo.

Gracias al Adecco Experience Workday, Gema y Paula, dos estudiantes de Periodismo, pudieron vivir en primera persona cómo es el trabajo diario en el departamento de Marketing y Comunicación de Adecco España. Acompañadas en todo momento por un profesional de la compañía aprendieron

cómo se realizan los *clippings* de noticias, cómo se elabora una nota de prensa o un informe y cómo se relacionan con los medios de comunicación. Además, asistieron a un *briefing* con el objetivo de empezar a diseñar la próxima edición de Redgeneración 2018.

En palabras de Paula, estudiante de Periodismo, "me parece una iniciativa muy buena porque en la carrera no se explican las funciones que realiza un departamento de Comunicación de una empresa. Es una buena forma de conocer cómo funciona una multinacional y tener contacto con una compañía de las características y tamaño de Adecco". Por su parte, Gema, graduada en Periodismo y estudiante de Marketing Digital, considera que "más empresas deberían llevar a cabo iniciativas como esta puesto que no solo es apostar por el talento juvenil, sino también luchar contra el desempleo que existe". Además, al estar en un departamento relacionado con su formación, Gema pudo compartir "sus inquietudes con una persona que tiene la misma formación y te da consejos y te ofrece una nueva perspectiva" ■

