



Programas de Lidl para el fomento de la empleabilidad



- Lidl es una cadena de supermercados de origen alemán que, junto a la cadena de hipermercados Kaufland, conforma el Grupo Schwarz, que ocupa el 4º puesto a nivel mundial en el ranking de distribución alimentaria y el 1º en Europa.
- El Grupo Schwarz emplea a 375.000 personas, 215.000 de ellos trabajan en Lidl. Lidl está presente a día de hoy en 27 países de Europa y dispone de 10.000 tiendas. En los próximos meses dará el salto a Estados Unidos.
- Lidl está presente en España desde 1994, año en el que abrió sus primeras tiendas.
- A día de hoy, cuenta con más de 535 tiendas, 10 plataformas logísticas y 11.500 empleados.
- Según los últimos datos de Kantar Worldpanel, Lidl es actualmente la 5ª cadena de supermercados en España, con una cuota de mercado del 4,1%, siendo la empresa del sector que más ha crecido en los últimos 3 años.
- Desde su llegada a España, Lidl se ha posicionado como la opción de compra más barata, sin renunciar a la máxima calidad de sus productos.
- En los últimos años Lidl ha adaptado su modelo tradicional de negocio a las necesidades que el consumidor español demanda, añadiendo así valor a su oferta a través de:
 - Una apuesta por el producto español. El 70% de su surtido tiene origen nacional (el doble que en 2008).
 - Una apuesta por los productos frescos, con predominio de la fruta, la verdura, la carne y el pescado españoles .
 - Tiendas cada vez más amplias, sostenibles y luminosas, mejorando la experiencia de compra del cliente.
 - Una apuesta por el proveedor y el producto local, para garantizar la máxima frescura de sus productos
- Lidl es el cliente nº 1 de la huerta española, donde compra más de 1,2 millones de toneladas de producto. El 80% de este volumen se comercializa en sus tiendas de Europa, contribuyendo así a internacionalizar el producto español.



1. LA APUESTA DE LIDL POR LAS PERSONAS

- Las personas son el activo más importante de Lidl, por ello la empresa trabaja para fomentar el desarrollo personal y profesional de sus empleados.
- Lidl es actualmente una de las empresas españolas más dinámicas en la generación de empleo. Sólo en 2015 incrementó su plantilla en un 10% hasta alcanzar los 11.500 empleados y en 2016 ha mantenido una línea de crecimiento similar.
- Lidl apuesta por el empleo de calidad y por el bienestar de sus empleados, que son su principal activo. En 2016 firmó su primer convenio colectivo, un hito histórico para la compañía, que se ha convertido en el convenio de referencia del sector. Entre las mejoras que introduce se encuentran:
 - o Medidas de flexibilidad horaria y conciliación de la vida personal y profesional, a través de la gestión transparente de la jornada laboral.
 - o Una retribución competitiva, ofreciendo el sueldo mínimo más elevado del sector (8,57€/hora).
 - o Una apuesta por la estabilidad, comprometiéndose a que un mínimo del 75% de su plantilla tenga contrato indefinido (en la actualidad es el 95%).
- A las medidas establecidas en el convenio, Lidl suma:
 - o Un compromiso con el desarrollo de sus profesionales (en 2016 invirtió 500.000 horas en la formación de 9.000 empleados). La compañía ofrece planes de formación inicial de entre 1 y 11 meses a todas las nuevas incorporaciones
 - o Una apuesta por el talento interno (el 90% de los cargos directivos e intermedios se cubren mediante promociones internas).



2. LA APUESTA DE LIDL POR LOS JÓVENES

Consciente de su responsabilidad como empresa y en el marco de contribuir a mejorar la empleabilidad en España, Lidl ofrece distintos programas de formación a los jóvenes del país.

2.1. Formación Profesional Dual

- Características:
 - Programas implantados desde 2012
 - Comunidades con las que colaboramos: Madrid, Cataluña, Andalucía y Baleares. A partir de 2017 inicio de la colaboración con Canarias y País Vasco
 - En colaboración con centros públicos, concertados y privados
 - Los estudiantes se forman para ocupar cargos directivos en nuestras tiendas, plataformas logísticas u oficinas.
 - Las claves de nuestro éxito consisten en una bienvenida estandarizada para todos nuestros aprendices, una tutorización coordinada entre centro de formación y empresa, retribución por todas las horas de práctica realizadas y posibilidades reales de incorporación a la empresa una vez finalizado el periodo de formación.

- Experiencia Lidl:
 - 176 estudiantes duales desde la implantación
 - Titulaciones ofrecidas por Lidl:
 - Grado Medio en Actividades Comerciales
 - Grado Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
 - Grado Superior en Marketing y Publicidad
 - Grado Superior en Administración y Finanzas
 - Grado Superior en Sistemas Informáticos
 - Curso de Especialización Mecatrónica Industrial
 - Proyecto piloto Azubis INT:
 - 19 participantes realizando FP Dual en Alemania durante 3 años

2.2. Estudios Universitarios Duales:

- Características:
 - Programas implantados desde hace más de 10 años
 - En colaboración con universidades privadas (EWA en Madrid y EDU en Barcelona)
 - Los estudiantes se forman para desempeñarse como consultores junior en las oficinas centrales o delegaciones regionales de Lidl

- Experiencia Lidl:
 - 39 estudiantes han finalizado el programa desde su implantación
 - Actualmente Lidl cuenta con 10 estudiantes universitarios duales en formación



2.3. Trainees:

- Características:
 - Programas implantados desde 2011.
 - Programa específico para jóvenes recién licenciados con potencial.
 - Dos años de formación en Ventas (conocimiento de negocio), experiencia en 3 departamentos distintos de las oficinas centrales de Lidl, cursos de alemán y fase de especialización en departamento de destino
- Experiencia Lidl:
 - 26 estudiantes han finalizado el programa desde su implantación
 - Actualmente Lidl cuenta con 17 trainees activos en formación estudiantes universitarios duales en formación

2.4. Futuros Directivos:

- Características:
 - Programas implantados desde 2005
 - Jóvenes con potencial que realizan formación en Ventas (conocimiento de negocio) y en el departamento de destino

2.5. Programas de prácticas

- Características:
 - Programas implantados desde 2009
 - 230 estudiantes han realizado prácticas con Lidl desde su implantación
 - El 22% se ha incorporado en plantilla

2.6. Participación en foros de empleo juvenil

- Además de desarrollar sus propios programas para fomentar el empleo juvenil, Lidl también colabora en distintos foros y eventos que promueven el acceso de los jóvenes al mercado laboral:
 - Foros universitarios destinados a favorecer el primer empleo:
 - Jobarcelona (+de 20.000 estudiantes interuniversitarios) y JobMadrid (1ª edición nov 2017, con una afluencia prevista similar a la Jobarcelona)
 - Otros ejemplos como Foro Activación Primer empleo MD, con una asistencia aproximada de unas 9.000 personas (2015) o como el canal de difusión on line "Recruiting Erasmus" (2014 y 2015), plataforma destinada a rescatar talentos jóvenes que se han marchado al extranjero a realizar un Erasmus o se plantean esta opción porque no encuentran oportunidades en España.
 - Colaboración AECOC:
 - Summercamp (+de 100 jóvenes recién licenciados de las principales universidades de toda España) y participación en formaciones (de momento como observadores) para la empleabilidad de jóvenes (AECOC-EOI), que prevé formar a más de 550 jóvenes entre 2016-2017 en competencias que les



- permitan fomentar su empleabilidad en el mercado laboral actual como, por ejemplo, competencias comerciales, marketing, etc.
- Colaboración Rescatadores Talento FPdeGj:
 - Programa destinado a la empleabilidad de jóvenes principalmente a través de programas de mentoring. En 2017 Lidl se suma más activamente y pone a disposición del programa una red propia de más de 20 directivos ubicados en todos los puntos de la geografía española como posibles mentores.
 - Colaboración con el Consejo Superior de Deportes:
 - Programas de inserción de jóvenes deportistas en el mercado laboral, tras su carrera deportiva profesional. Incluimos su candidatura en nuestros procesos de selección posibilitándoles así el poder arrancar una nueva carrera profesional diferente.
 - Evento Unleash:
 - Evento para conectar el talento joven con empresas
 - + de 500 jóvenes de todas la nacionalidades y de todos los puntos de España se reunirán entre el 20 y 22 de septiembre en Madrid.
 - El Ayuntamiento de Madrid ha elegido Pangea, plataforma que conecta el talento joven con la experiencia de anteriores generaciones, como proyecto para representar a la ciudad en 2017 (evento elegido en el encuentro de la red Innpulso, celebrado el 1 de marzo en la Nave Boetticher de Madrid)
 - El País con tu futuro:
 - Jornadas de orientación profesional relacionadas con los estudios para más de 3.600 jóvenes de bachillerato (Madrid, diciembre 2016).
 - Lidl hizo varias ponencias inspiradoras relacionadas con la formación dual y su importancia para un futuro profesional, explicando así las oportunidades reales en nuestra compañía.

3. PROGRAMAS DE FORMACIÓN INTERNA

Además de llevar a cabo acciones para captar el talento externo, Lidl apuesta por el desarrollo de sus empleados, ofreciéndoles distintos programas de formación para aportarles nuevas habilidades que les permitan desarrollarse profesionalmente. Además de la formación inicial (entre 1 y 11 meses) obligatoria para cualquier incorporación, la compañía ofrece otros programas. Algunos ejemplos:

3.1. Evoluciona

- Debido a la evolución de la compañía en los últimos años, en los que se ha producido un aumento del número de tiendas, clientes, empleados y ventas, el trabajo en la tienda ha adquirido una mayor complejidad mayor facturación, mayor complejidad en los procesos. Ello ha hecho necesario potenciar la figura del máximo responsable de tienda (internamente conocido como GT o Gerente de Tienda), desarrollándole y asegurando así que pueda hacer frente a los retos a los que la compañía se enfrenta.
- Por ello se crea, a nivel de grupo, el proyecto Evolucionar:
 - Evoluciona 2015/2016
 - Foco en la figura del GT
 - Colectivo aproximado de 550 personas



- Más de 55.000 horas de formación
- Más de 117.000h de seguimiento de proyecto

Líneas de actuación:

- Se establece una jornada de detección de talento externo para nuevas incorporaciones en base al perfil objetivo (incorporaciones a GT)
- Se define una jornada de talento interno, para promociones a GT
- Se capacita a los GT de la casa, realizando una jornada de valoración de competencias y definición posterior de planes de desarrollo de todos ellos.
- Se lleva a cabo un plan de formación continua para todos los GT de la compañía.