



PRINT YOUR FUTURE

CÓMO ENCONTRAR
ATRAER Y RETENER
A LA PRÓXIMA
GENERACIÓN

KIT DE HERRAMIENTAS DE MEJORES PRÁCTICAS
PARA EL SECTOR GRÁFICO EUROPEO



Este kit de herramientas de mejores prácticas se ha preparado como parte del proyecto financiado por la UE Print Your Future: Atraer nueva mano de obra cualificada hacia empleos de calidad en el sector gráfico europeo (en lo sucesivo, Print Your Future). El proyecto se ejecutó desde febrero de 2020 hasta enero de 2022.

Print Your Future fue diseñado y coordinado por los interlocutores sociales europeos para el sector gráfico: Intergraf (que representa a los empleadores) y UNI Europa Graphical (que representa a los trabajadores). El proyecto fue financiado por la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea y apoyado por cuatro expertos nacionales: la Asociación de la Industria de la Impresión y el Embalaje de Estonia (Association of Estonian Printing and Packaging Industry, AEPPI) (Estonia), la Universidad de Medios de Stuttgart (Hochschule der Medien Stuttgart) (Alemania), GOC (Países Bajos) y la Asociación Portuguesa de Industrias Gráficas y Transformadoras de Papel (Associação Portuguesa das Indústrias Gráficas e Transformadoras do Papel, APIGRAF) (Portugal). El proyecto también recibió el apoyo de un experto técnico: Spin360. El kit de herramientas se redactó con el apoyo de la Federación Británica de Industrias de Impresión (British Printing Industries Federation, BPIF) (Reino Unido).

CON EL APOYO DE



COORDINADORES



graphical &
packaging

EXPERTOS NACIONALES



EXPERTO TÉCNICO



INTRODUCCIÓN

Este kit de herramientas ofrece consejos sobre cómo encontrar y atraer nuevos empleados al sector de la impresión, la impresión de embalajes y la comunicación gráfica, y cómo retenerlos en nuestro sector. Forma parte del proyecto financiado por la UE: "Atraer nueva mano de obra cualificada hacia empleos de calidad en el sector gráfico europeo"¹ (en lo sucesivo se utilizará su título abreviado: Print Your Future).

El kit de herramientas ha sido diseñado para ayudar a las empresas y asociaciones a aumentar la visibilidad y el atractivo de nuestro sector, así como para señalar ejemplos concretos de mejores prácticas de toda Europa. La guía no es exhaustiva, pero dará a los lectores inspiración e ideas sobre cómo mejorar la imagen de la impresión para la contratación y el empleo.

Las empresas de impresión, al igual que los productos que fabrican, están en todas partes y muchos sectores confían en ellas. El sector de la impresión aporta una importante contribución a la economía europea. Un activo fundamental del sector es su mano de obra, y se requiere una nueva generación de profesionales de la impresión para mantener a las empresas lo suficientemente dinámicas y ágiles como para responder a los desafíos.

Para garantizar una competitividad duradera del sector gráfico en Europa, debemos trabajar juntos para promover una industria de la impresión moderna e innovadora, asegurarnos de dotar e inspirar a las generaciones futuras y aumentar la visibilidad de los trabajadores del sector con buenas condiciones y perspectivas profesionales.

¹ VP/2019/001

LA AYUDA ESTÁ AL ALCANCE DE LA MANO

La mayoría de los países cuentan con interlocutores sociales que protegen y promueven la industria de la impresión y el trabajo de los empleados gráficos. A nivel europeo, Intergraf es la asociación empresarial del sector gráfico (que representa a los empleadores) y UNI Europa Graphical es el sindicato (que representa a los trabajadores). Juntos, Intergraf y UNI Europa Graphical creen que un diálogo social productivo y constructivo es importante a todos los niveles (local, nacional y europeo) para conciliar los intereses de la empresa y de los trabajadores y para alcanzar soluciones negociadas para las dificultades del sector.

Su asociación empresarial local y su sindicato cuentan con la experiencia y las herramientas necesarias para apoyarle. Póngase en contacto con ellos. Las escuelas, universidades e instituciones de formación de su zona también pueden ayudarle.



La impresión comunica, educa e inspira. ¿Quién no querría ser parte de este sector?



EL SECTOR GRÁFICO EUROPEO DE UN VISTAZO

112,000
EMPRESAS

640,000
EMPLEADOS

82.000
MILLONES DE EUR DE FACTURACIÓN

(UE27 + Reino Unido, Suiza y Noruega)
Fuente: Eurostat 2018

CÓMO ENCONTRAR A LA PRÓXIMA GENERACIÓN

Hay muchos lugares donde puede buscar nuevos empleados, como sitios web, organizaciones empresariales, sindicatos, escuelas, facultades, universidades, ferias del sector de la impresión y ferias de empleo. Busque eventos relevantes en su zona que puedan ayudarle a llegar a su grupo objetivo. Lance una red amplia: mire tanto dentro como fuera de los proveedores de educación y formación profesional. Y recuerde que tanto las personas de mayor edad como los más jóvenes pueden tener el perfil que necesita.

Para atraer a las generaciones más jóvenes, es crucial que atraiga a los posibles candidatos desde una edad temprana. Los jóvenes a menudo empiezan a tomar decisiones sobre sus carreras muy pronto, así que intente informarles sobre las opciones profesionales que puede ofrecer la impresión y cómo es trabajar en el sector. Comenzar la conversación con los jóvenes y describir las posibles trayectorias profesionales es clave.

Es importante conectar y abrirse a escuelas locales, asesores profesionales y organizaciones para aumentar la visibilidad de su negocio dentro de su comunidad. Construir estas relaciones también es una forma de promover la contratación y dar mayor relieve a la industria en su conjunto.

CÓMO EDUCAR A LOS ESTUDIANTES

Es buena idea proporcionar a las escuelas y a los asesores profesionales información sobre el sector y su empresa. Aunque no lo crea, no todo el mundo conoce el sector de la impresión. Aquí tiene algunos consejos para interactuar con estudiantes de todas las edades:

- Pida hacer una presentación sobre su empresa y el sector al alumnado. Muestre a la juventud cómo funciona la industria de la impresión y para qué sirve. Recuerde que las necesidades de los estudiantes son diferentes en diferentes edades. Piense en cómo las niñas y niños más pequeños pueden jugar o ser creativos con la impresión. Ofrézcales una experiencia práctica de impresión.
- Colabore con su sindicato local para mostrar las perspectivas profesionales que existen en el sector gráfico desde el punto de vista de los trabajadores.
- Haga una presentación a los estudiantes sobre cómo escribir una buena carta de presentación o un buen currículum para obtener experiencia laboral o deles consejos para una entrevista de trabajo.
- Utilice o cree herramientas en línea para ayudar a los estudiantes a registrar su interés en la impresión y crear una red que respalde las necesidades del sector.
- Permita que grupos de niños y niñas de la escuela local realicen una excursión para visitar sus instalaciones. Trate de relacionarse también con sus padres y madres o cuidadores; ellos pueden ayudar a que los jóvenes se interesen. Asegúrese de tener materiales de seguimiento que resuman lo que han aprendido.
- La empleabilidad es clave para las decisiones relacionadas con la carrera profesional. Asegúrese de mostrar a las escuelas, padres y estudiantes las muchas oportunidades profesionales que ofrece el sector de la impresión.
- Cree una fuerte conexión entre la industria y los estudiantes o escuelas; por ejemplo, a través de visitas de estudio, prácticas en empresa, eventos internos y/o en escuelas, o talleres con ponentes invitados.



HÁGASE NOTAR EN FERIAS DE EMPLEO Y OTROS EVENTOS RELEVANTES EN SU ZONA

Lo más importante es conectar con su público. Asegúrese de que su stand crea una conexión emocional con los visitantes. Tenga un "área táctil", donde la gente pueda tocar y sentir la impresión.

Asegúrese de llevar consigo a los empleados y empleadas adecuados. Seleccione el equipo interno que sea más probable que pueda responder al tipo de preguntas que les puedan hacer. No lleve a un equipo enorme sin nada que hacer.

- Prepare objetivos claros para los equipos y planifique cómo harán el seguimiento de los contactos potenciales generados. No deje que pase demasiado tiempo. Envíe una nota de agradecimiento al día siguiente. Cree un paquete de marketing o contactos que se pueda enviar como seguimiento con toda la información clave que debe entregarse.
- Controle el nivel de participación de su stand. Hay muchas herramientas que pueden ayudar con las inscripciones y el seguimiento directo después de una exposición.
- Planifique materiales de marketing y documentación para el stand. Revise sus próximas campañas y eventos. Compruebe si se puede reutilizar cualquier stand de exposición para banderolas, pancartas de exposición o regalos en el futuro. Asegúrese de tener mensajes claros en su stand y no abruma a los visitantes con todo lo que hace.
- Promueva su presencia en la exposición durante los días en vivo. Cree un hashtag y asegúrese de que sus equipos lo actualizan mientras asisten al evento. Utilice el hashtag del evento para maximizar la exposición de su ubicación. Asegúrese de que la gente sepa lo que usted ofrece y llévelos directamente a su stand.
- Traiga consigo los detalles de las vacantes de trabajo. Tenga folletos impresos para que los empleados potenciales se los lleven como recordatorio de lo que usted hace y ofrece. Proporcione los datos de contacto para el seguimiento.
- Revise y comente su rendimiento para futuros eventos. ¿Cuántos contactos potenciales generados? ¿Qué funcionó bien y qué no? ¿Qué podría haber hecho de forma más eficiente?
- De la palabra a los trabajadores para que expliquen su pasión por la impresión y por su negocio, y (si es relevante para su empresa) a los representantes de los trabajadores para que expliquen las buenas condiciones de trabajo.
- Explique que la empresa valora la experiencia profesional que los trabajadores obtienen en el sector gráfico. Además, los trabajadores pueden desarrollar una carrera profesional en el sector gráfico, pero también en otras partes de la industria porque también se necesitan habilidades gráficas en otros sectores industriales.

¿El evento es virtual? ¡Todo lo anterior sigue siendo aplicable, pero tendrá usted que ser aún más creativo! Asegúrese de que las personas interesadas e interesantes tengan la oportunidad de tocar los productos físicos. Las empresas de impresión producen productos que afectan a las emociones de las personas. Puede utilizar esta cualidad única.



La impresión ofrece un valor y un retorno de la inversión sobresalientes



CÓMO

ATRAER

A LA PRÓXIMA GENERACIÓN

Para atraer y retener el talento, debe crear una cultura de empresa centrada en el empleado. Los trabajadores de hoy en día exigen una buena conciliación entre la vida laboral y familiar, expectativas y oportunidades profesionales claras y un entorno impulsado por valores. Asegurarse de que está ofreciendo este tipo de cultura a su personal actual le ayudará a atraer a nuevas personas. Una herramienta importante que puede ayudar a construir esta cultura es la comunicación continua y el diálogo social en la empresa.



HABLE SOBRE SU NEGOCIO

Es importante promocionar su negocio de cualquier manera que pueda. Además de anunciarse en tabloneros de anuncios de empleo, cree anuncios que comuniquen lo que tiene que ofrecer. Es probable que estos generen el doble de visitas que un anuncio de trabajo. Aquí tiene algunos consejos más para promocionarse:

- Comparta sus anuncios en diferentes plataformas de redes sociales como LinkedIn, Twitter, Instagram, TikTok o Facebook. Busque grupos locales y grupos de negocios. Asegúrese de utilizar los canales adecuados en función de la edad y la ubicación de su público objetivo. Para aumentar el alcance, utilice hashtags del estilo de #aprendizaje #trabajos #carrerasparajovenes.
- Pida a su personal existente que comparta sus experiencias como casos prácticos a través de sus canales de comunicación o sus propias redes sociales. Es posible que conozcan a compañeros que buscan trabajo con los que pueden compartir las solicitudes de empleo. El uso del conocimiento y la fuerza de sus propios empleados es el nuevo marketing.
- Use marketing de captación como blogs, eventos, optimización de motores de búsqueda (SEO) y redes sociales para crear conciencia de marca. Esto ayudará a atraer nuevos negocios y empleados.
- Hable sobre lo que le enorgullece y dé a la gente razones para querer trabajar en su empresa. Por ejemplo, ser local y comprometerse con la comunidad, mostrar oportunidades de promoción, tener sólidos principios de negociación colectiva, mostrar sus mejores productos y pagar salarios competitivos.
- Tenga en cuenta cómo será su proceso de entrevistas. Puede ser una entrevista telefónica o virtual, seguida de una entrevista cara a cara y una visita de medio día. Esto da tiempo a los empleados potenciales a comprender realmente su entorno de trabajo y la profundidad del trabajo implicado. También les hace sentirse más bienvenidos porque ya han tenido la oportunidad de desarrollar relaciones.
- Use vídeos para promocionarse, especialmente los que usan testimonios. Muestre lo que piensan los jóvenes del sector y su empresa sobre la impresión. Incluya a aquellas personas que hayan llegado a él por casualidad y a aquellas que se hayan formado específicamente para ello. Demuestre las partes creativas e interesantes del sector, incluida la nueva tecnología, y la variedad de trabajos disponibles para diferentes tipos de habilidades. Asegúrese de ser honesto sobre el sector y lo que usted puede ofrecer.
- Participe como empresa en actividades y eventos en los que puedan estar sus posibles futuros empleados, como hackatones u otros desafíos de equipo (p. ej., relacionados con el deporte o el medio ambiente).

Tenga en cuenta que la promoción siempre es mejor cuando incluye las voces de los trabajadores de su empresa, así como sus representantes, si los hay.

Recuerde que las personas que solicitan un puesto de aprendiz/prácticas/nivel inicial generalmente se encuentran al inicio de su carrera y requerirán que se desarrollen sus habilidades. Asegúrese de incluir esto en su oferta. Usted tiene que estar tan ansioso por enseñar como ellos lo están por aprender. Estas son algunas cosas adicionales que puede hacer:

- Hacer visibles las carreras y las trayectorias profesionales.
- Ofrecer oportunidades de prácticas en empresa.
- Mostrar las muchas profesiones que ofrece el sector de la impresión,

desde la imprenta hasta la oficina de diseño. Se necesitan muchos trabajos y habilidades. Trace diferentes trayectorias profesionales: finanzas, ventas, diseño, datos, informática.

- Cree vídeos sobre el sector dirigidos a diferentes audiencias, como escuelas y padres. Utilice diferentes métodos, por ejemplo, la realidad virtual.
- Promocione las conexiones de la industria de la impresión con productos populares: libros, juegos de mesa, cómics, fundas de vinilo, camisetas, pósteres, fotos, arte de pared, muebles y decoración del hogar.
- Céntrese en lo que los productos impresos pueden hacer por los clientes en el mundo digitalizado.



ASEGÚRESE DE QUE SU VASO ESTÉ MEDIO LLENO

Con demasiada frecuencia, los agentes del sector hablan de la impresión con una mentalidad de “vaso medio vacío”. Esto no solo no es útil, sino que también es inexacto. El sector gráfico tiene mucho que ofrecer. Dígale a la gente de qué está orgulloso y muestre a la próxima generación por qué deberían querer desarrollar una carrera profesional en la impresión. Siéntase orgulloso de su sector, su empresa, su personal, sus valores y los productos únicos que ofrece.



No es difícil encontrar buenos empleados cuando te buscan los mejores talentos

Jim Molis, autor en revistas empresariales de los EE. UU.



CÓMO OBTENER REFERENCIAS

- Comparta las vacantes y requisitos de trabajo. Comuníquese con sus empleados internamente y con sus sindicatos para informarles de las descripciones específicas de los puestos de trabajo y pídale que le envíen a personas recomendadas cuando los publique.
- Utilice a sus empleados como “embajadores de la marca”.
- Mantenga a sus empleados potenciales al día en cada etapa. Infórmeles de dónde están en el proceso con plazos claros.
- Ofrezca incentivos. Además del dinero, que siempre es popular, puede ofrecer experiencias, viajes, vales, regalos o flexibilidad. Identifique lo que es relevante para los empleados, compruebe su alineación con los objetivos de la empresa y vea lo que puede hacer al respecto.
- Reconozca públicamente cuando alguien de su empresa le envíe a una persona recomendada y asegúrese de que saben que aprecia su esfuerzo. Cualquier reconocimiento, desde un premio hasta elogios públicos del director general, puede ser significativo para los empleados.
- Mejore la experiencia del proceso de solicitud de empleo. No debería ser complicado. Utilice una plataforma que permita un fácil acceso. Algunas de estas plataformas también permitirán a sus potenciales empleados compartir en las redes sociales.
- Sea accesible. Conocer a las personas requiere tiempo y esfuerzo, pero siempre es gratificante y garantiza que las personas se sientan (y sean) vistas, escuchadas y respetadas.

Cualquier programa que tenga éxito requiere tiempo para desarrollarse y adaptarse, por lo que es crucial que pida comentarios internamente sobre lo que funciona y lo que no funciona y que se asegure de desarrollar lo que aprenda. Las sugerencias procedentes de encuestas pueden ser muy útiles para desarrollar un sistema que tenga más éxito. El uso de varias iniciativas diferentes le ayudará a recibir recomendaciones de personas.

INCLUYA LA DIVERSIDAD

Asegúrese de que la diversidad forme parte de su proceso de reclutamiento. No centrarse activamente en atraer a las mujeres, así como a otros grupos no dominantes, a su empresa excluye a más de la mitad de su futura mano de obra. Eso es mucho talento potencial que se puede perder.

Las mujeres suelen estar infrarrepresentadas en el sector de la impresión, incluidos los puestos de liderazgo. Intente hacer que sus anuncios de trabajo y publicaciones sean más inclusivos. Es fácil usar lenguaje que esté sutilmente "enfocado a un género" sin darse cuenta, y muy a menudo los anuncios de trabajo son los principales culpables de prejuicios inconscientes. Trate de usar un lenguaje de género neutral para evitar el sesgo hacia un sexo o género específico.

Es bien conocido que las preferencias de género pueden transmitirse sutilmente a través de palabras como "competitivo", "líder" y "dominar". Estos suelen asociarse con estereotipos masculinos, mientras que palabras como "comunidad", "interpersonal" y "apoyo" se asocian generalmente con estereotipos femeninos.

Si está buscando más diversidad en el lugar de trabajo, piense en lo que incluye en sus anuncios de trabajo. Considere hacer lo siguiente:

- Haga un esbozo de cómo es trabajar en su empresa, vendiendo la cultura del lugar de trabajo y la dinámica del equipo. Más diversidad atrae más diversidad.
- Describa los beneficios que ofrece y los valores que realmente representa. Esto ha demostrado ser mucho más atractivo que largas listas de requisitos o competencias. Los jóvenes quieren trabajar para una marca o un producto que apoyan.
- Comparta historias de mujeres y minorías que tengan éxito en todos los niveles de su organización. Cuando las personas se ven representadas a sí mismas, es más probable que soliciten un trabajo.
- Céntrese en cuáles son los objetivos de rendimiento del puesto y qué se espera que la persona logre. Incluya puntos que sean "deseables pero no vitales". Promover la importancia de la formación y el desarrollo dentro de su organización ayudará a ampliar el grupo de talento.
- Junto con los trabajadores y sus representantes, desarrolle políticas sociales corporativas y códigos de conducta sobre temas como salud y seguridad, no discriminación, diálogo social, igualdad, etc. Haga que sean de dominio público.



**La impresión
es una de las
industrias más
sostenibles
y respetuosas
con el medio
ambiente
del planeta**



¿NO TIENE UN SITIO WEB O UNA RED SOCIAL? SUS COMPETIDORES SÍ

Con el auge de los servicios multimedia que se proporcionan en el sector de la impresión, es importante que utilice un enfoque multicanal. Muchas empresas de impresión todavía no son conscientes del potencial de la nueva realidad digital y no utilizan los canales en línea de forma eficaz para comercializar su marca y vender sus productos. Tener un sitio web también mejorará la credibilidad y legitimidad de su negocio. Su sitio web y sus canales sociales representarán a su empresa en línea, así que asegúrese de:

- Comunicar claramente los valores de su marca, así como su misión en su sitio web y en redes sociales.
- Promocionar las vacantes, ofertas y productos de su negocio.
- Obtener seguidores y posicionarse en Google y otros motores de búsqueda.
- Proporcionar contenido sobre noticias, eventos y colaboraciones que creen compromiso con su marca.
- Promover los beneficios de la impresión. Enlazar a campañas existentes como los proyectos Two Sides² y Print Your Future³.
- No se limite a mostrar sus máquinas. La gente necesita ver el producto final, no el proceso.
- Muestre a los trabajadores explicando sus trabajos y a los representantes de los trabajadores explicando las ventajas de trabajar en una empresa de impresión.
- Mantenga actualizado tanto su sitio web como su contenido.
- Sea activo en redes sociales. Comparta noticias de la empresa, así como historias sobre su personal y sus clientes.
- Comparta perfiles o testimonios de su personal actual para mostrar lo acogedora, diversa y atractiva que es su empresa.

² <https://www.twosides.info/>

³ <https://printyourfuture.eu/>



CÓMO MANTENER A LA PRÓXIMA GENERACIÓN

Los lugares de trabajo jerárquicos y estrictos son cosa del pasado. Los puestos interesantes y el trabajo significativo importan más de lo que lo hacían. Debe asegurarse de que su fuerza de trabajo comprende y forma parte de la visión de conjunto.

Estos son algunos consejos sobre lo que importa y lo que puede hacer para que los nuevos empleados quieran quedarse con usted:

- El dinero y los salarios son importantes, pero no suficientes. Los empleados necesitan **buenas condiciones de empleo**, una significativa **conciliación laboral y familiar**, un ambiente de trabajo divertido, trabajo en equipo, concienciación medioambiental y oportunidades de desarrollo.
- Asegúrese de promover su **ética y valores** en una visión y estrategia claras. La juventud, en particular, quiere trabajar para una empresa que comparta sus valores. Promueva la **sostenibilidad**, por ejemplo, y sus credenciales medioambientales.
- **La cultura del lugar de trabajo** es clave y, dependiendo del tamaño o la estructura de su empresa, debe incluir áreas de descanso y sociales, espacios de trabajo tranquilos, acceso a gimnasio en la oficina o facilidades para ir al trabajo en bici, trabajo flexible/en casa (menos trabajar de 9 a 5), un día libre por su cumpleaños o finalización anticipada cada año.
- Desarrolle un **diálogo social** constructivo a nivel de empresa donde se puedan debatir todo tipo de inquietudes de los trabajadores.
- Cree un “comité cultural” de empleados de toda su empresa para ofrecer asesoramiento, organizar reuniones sociales y servicios in situ; asegúrese de incluir a personas más jóvenes y nuevos empleados. **Fomente la creatividad** y las aportaciones.
- Fomente un ambiente de trabajo positivo, con un equipo directivo que apoye y compañeros que ayuden de forma constante a todos los miembros del personal a tener éxito en lugar de ponerles trabas.
- **Implique a los empleados** en la toma de decisiones sobre el lugar de trabajo y el negocio. Gracias a su conexión con la cultura popular, los jóvenes en particular pueden tener valiosas perspectivas sobre los mercados emergentes y en evolución, así como nuevas ideas, energía, impulso y la capacidad de pensar fuera de lo establecido. Todos estos son activos importantes. Úselos.
- Haga visible la progresión de la carrera profesional, los siguientes pasos y las oportunidades. **Cree una visión** de lo que los empleados podrían lograr en el futuro.
- Haga visibles sus **esfuerzos medioambientales** demostrando claramente que no solo respeta la legislación, sino que va más allá. Reutilice, adopte certificaciones que sean relevantes para su empresa y optimice el uso de la energía.

APOYO MEDIANTE PROGRAMAS DE MENTORES

Una empresa que invierte en crecimiento y desarrollo profesional es atractiva para la próxima generación. Las mentorías son una buena forma de apoyar a los jóvenes en su empresa. A un mentor no le interesa juzgar el rendimiento, lo que permite mantener una conversación abierta sobre preocupaciones menores, inquietudes y los inevitables desafíos a lo largo de la trayectoria profesional de una persona. Aquí tiene algunos consejos para las mentorías:

- Empareje a un empleado con alguien de otro departamento o equipo de la organización, exponiendo al empleado a nuevos conocimientos sobre la forma en que se gestiona el negocio.
- No lo haga obligatorio, sino un compromiso. Empodere al aprendiz para que se haga cargo y sea corresponsable de las reuniones y actualizaciones. Cree una estructura con reuniones mensuales. Sugiera que las reuniones tengan lugar tomando un café o en un ambiente que haga que el aprendiz se sienta cómodo.
- Recuerde que la mentoría no es solo para empleados nuevos o jóvenes. Debe asegurarse de que su empresa conecta con la actual generación de expertos en tecnología para comprender mejor las herramientas y las tecnologías nuevas y emergentes. La mentoría puede ser recíproca.
- Hacer que su equipo de liderazgo participe en cualquier tipo de programa de mentoría demuestra que es una prioridad para su negocio y que el aprendizaje y el desarrollo profesional de todos los empleados no tienen fin.



CUIDE DE SU BIENESTAR

Las empresas tienen el deber de cuidar a sus empleados y deben hacer todo lo razonablemente posible para apoyar la salud, seguridad y bienestar de sus empleados. Esto incluye su salud mental. Si sus trabajadores están representados por un sindicato, esto deber debe compartirse con los representantes de los trabajadores en un comité conjunto específico dedicado a la salud, la seguridad y el bienestar.

Una buena gestión y un bienestar positivo en el trabajo van de la mano, y hay pruebas sólidas de que abordar el bienestar en el trabajo aumenta la productividad.

Si el personal siente que puede hablar abierta y cómodamente sobre problemas relacionados con la conciliación laboral y familiar y el bienestar, es menos probable que los problemas se acumulen. Esto podría conllevar menos tiempo de baja por problemas de salud y mejorará la moral en el entorno de trabajo. Estos son algunos consejos para garantizar que su empresa sea un lugar seguro para trabajar:

- Proporcione una política de salud y seguridad adecuada para el propósito a fin de proteger a los trabajadores, de acuerdo con los representantes de los trabajadores si los hay.
- Realice encuestas sobre el bienestar de los empleados para darles a estos una forma confidencial de proporcionar información, para que usted pueda evaluar sus preocupaciones actuales.
- Anime a sus supervisores a que tengan el conocimiento y la confianza necesarios para indicar a un empleado las fuentes de apoyo con más experiencia, si es necesario.
- Asegúrese de contar con apoyo y orientación cualificados de RR. HH. que pueda compartir con los empleados.

Cree una cultura de diálogo en su empresa. Cuando se crean culturas en el lugar de trabajo en las que las personas pueden ser ellas mismas, es más fácil para ellas hablar de sus preocupaciones e ideas sin miedo y es más fácil que pidan ayuda cuando la necesiten.



AYÚDELES A DESARROLLARSE

En todos los países hay una gama de programas de formación públicos, privados, con el apoyo de la industria que las empresas pueden aprovechar. Investigue las opciones de apoyo a la formación disponibles para usted. Algunas de ellas ofrecerán formas flexibles y asequibles de desarrollar nuevos talentos o de mejorar las habilidades del personal existente.

Una plantilla cualificada y capacitada puede mejorar drásticamente el rendimiento de los resultados, añadiendo valor a los productos y servicios, y aumentando la competitividad a nivel internacional.

El desarrollo personal a lo largo de una carrera en la industria de la impresión no es un problema relacionado con la edad. El aprendizaje continuo debe ser una realidad a todas las edades para mantener a las personas comprometidas y para que desarrollen las habilidades y conocimientos adecuados.

Si los trabajadores de su empresa cuentan con representantes sindicales, debe consultar con ellos las decisiones sobre los programas de formación.

CONSIGA QUE LOS NUEVOS EMPLEADOS TENGAN UN BUEN COMIENZO

Ofrecer a los nuevos empleados una experiencia positiva en su empresa es la mejor forma de garantizar que se queden. Es crucial proporcionarles suficiente apoyo. Estos son algunos consejos para ayudarle a apoyar a sus nuevos empleados:

- **El procedimiento de incorporación a la empresa es clave.** Asegúrese de tener una lista de la información. Comparta datos curiosos sobre la empresa, los organigramas del equipo y algunos antecedentes sobre lo que se ha estado haciendo hasta ahora. Recuerde que esta persona nunca ha trabajado con usted y probablemente sea nueva en el sector. No asuma que lo saben.
- **Ofrezca orientación práctica.** Muestre claramente cómo son las cosas generalmente en el entorno de trabajo para que tengan un punto de referencia. Proporcione contactos clave, horario de trabajo de la empresa, tiempos de descanso, fecha de pago, detalles de RR. HH. y recordatorios de las prestaciones que ofrece la empresa.
- **Conocer al equipo.** Asegúrese de que comprenden los diferentes equipos



o departamentos internos y organice una reunión social para ayudarles a sentirse parte del negocio.

■ **Establezca objetivos y expectativas.** Los principiantes tendrán menos idea de qué esperar que un nuevo empleado que tenga experiencia. Sea claro al asignar tareas específicas y haga un seguimiento para asegurarse de que reciben apoyo desde el principio, para que se sientan seguros a la hora de asumir responsabilidades. Comunique las normas y los plazos que espera, pero ofrézcales numerosas oportunidades para pedir ayuda y abordar cualquier problema.

■ **Seguimiento.** Revise y ponga en marcha reuniones de seguimiento para asegurarse de que se sienten valorados y apoyados. Los nuevos empleados necesitarán más apoyo que otros empleados. Hacer un seguimiento de forma regular le ayudará a ver si van en la dirección correcta e identificar dónde pueden necesitar formación.

■ **Otorgue plena responsabilidad cuando sea apropiado.** Aunque los nuevos empleados necesitan mucha orientación, es importante darles autonomía sobre su trabajo cuando sea apropiado. Permita que tomen decisiones sobre lo que están haciendo para proporcionarles una sensación de propiedad sobre sus tareas laborales y, a continuación, trabaje para que se desarrollen y tengan más responsabilidad.

■ **Involucre a los nuevos empleados en el programa de mentoría.** Asígneles "compañeros" tanto para darles apoyo como información sobre cómo funcionan los diferentes roles en su empresa.

■ **Sea accesible.** Reserve tiempo para su personal.

■ **Implique a los representantes sindicales.** En las decisiones, el seguimiento y las evaluaciones.

“

**Trabajadores
satisfechos
y motivados
significan
mayores
niveles
de retención
del personal**

”

ESCÚCHELOS

Organice sesiones individuales regulares para ofrecer a los empleados actuales la oportunidad de dar su opinión. Es probable que estas opiniones sean muy útiles para comprender cómo se sienten sus empleados y qué puede usted hacer mejor para retener el talento. Estas son algunas preguntas sugeridas:

1. ¿Qué parte de su trabajo le hace tener ganas de venir a trabajar cada día?
2. ¿Qué aspectos no espera con ilusión cuando viene a trabajar?
3. ¿En qué medida cree que se están utilizando su experiencia y talentos?
4. ¿Qué habilidades cree que tiene que no se están utilizando?
5. ¿Cuáles son sus aspiraciones profesionales a largo plazo? ¿Estamos ayudándole a lograrlas aquí?
6. ¿Alguna vez ha pensado en irse? En caso afirmativo, ¿qué le hizo considerar esto?
7. ¿Por qué decidió quedarse?
8. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su trabajo? ¿Hay cosas que le gustaría cambiar sobre su equipo o departamento?

ENCONTRAR, ATRAER, MANTENER LISTA DE COMPROBACIÓN

Aquí tiene una lista de comprobación de lo que hace que una empresa sea atractiva. Marque las casillas junto a los artículos que ha realizado o que está realizando y luego piense en cómo puede marcar los que no aún ha hecho. El uso de tinta le ayudará a centrarse en una evaluación honesta. Si no marca muchas casillas, no se preocupe, encontrará una lista de recursos útiles en el sitio web de Print Your Future⁴ para ayudar a mejorar el atractivo de su empresa.

Lista de comprobación

- Se ha puesto en contacto con la asociación empresarial local?
- Se ha puesto en contacto con el sindicato local?
- Se involucra en una comunicación continua a través del diálogo social?
- Tiene claros su misión, valores y cultura?
- Ha definido lo que está haciendo para favorecer la sostenibilidad tanto interna como externamente?
- Tiene un sitio web que muestre lo mejor de lo que usted ofrece? ¿Está actualizado?
- Se ha puesto en contacto con escuelas, facultades o universidades locales?
- Asiste a ferias empresariales o de trabajo locales para promocionar su negocio?
- Ofrece oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional?
- Tiene configurado un esquema de mentoría?
- Ofrece apoyo para el bienestar?
- Ofrece un salario competitivo?
- Hay un equilibrio de género entre su personal (incluida la dirección)?
- Está cotejando casos prácticos de empleados actuales para utilizarlos como promoción?
- Ha solicitado o recibido alguna recompensa o reconocimiento por la excelencia o logros?
- Ha promocionado su cultura en su sitio web o en las redes sociales para demostrar que su empresa es un lugar excelente para trabajar?
- Su departamento de RR. HH. ha estudiado horarios flexibles, ubicaciones, tiempos de desplazamiento y prestaciones?
- Ha trazado las trayectorias profesionales de sus empleados?
- Promueve activamente nuevas funciones tanto internas como externas?

⁴ <https://printyourfuture.eu/>

Recursos

Sitio web de Print Your Future (Europa)

<https://printyourfuture.eu/>

Sitio web de Intergraf (Europa)

<https://www.intergraf.eu/>

Sitio web de UNI Europa Graphical (Europa)

<https://www.uni-europa.org/>

Asociación de la Industria de la Impresión y el Embalaje de Estonia (AEPPi) (Estonia)

<https://etpl.ee/>

<https://www.printinestonia.eu/>

Sitio web de la Universidad de Medios de Stuttgart (Alemania)

<https://www.hdm-stuttgart.de/pmt>

Sitio web de ZFA (Alemania)

<https://zfamedien.de/>

Sitio web de GOC (Países Bajos)

<https://goc.nl/>

Sitio web de la Asociación

Portuguesa de Industrias

Gráficas y Transformadoras

de Papel (APIGRAF) (Portugal)

<http://www.apigraf.pt/>

Sitio web de la Federación

Británica de Industrias de

Impresión (BPIF) (Reino Unido)

<https://www.britishprint.com/>

UN LLAMAMIENTO PARA HACER QUE EL SECTOR GRÁFICO SEA MÁS ATRACTIVO

El proyecto Print Your Future tuvo lugar en el contexto del diálogo social en el sector gráfico europeo con el objetivo de ayudar a aumentar el atractivo del sector gráfico, un problema identificado en nuestros programas de trabajo 2019-2021 [adoptado en septiembre de 2018] y 2022-2024 [adoptado en noviembre de 2021]. El sector se enfrenta a desafíos internos, como la renovación del catálogo de competencias, cambios demográficos y una imagen negativa engañosa, así como desafíos externos, como la digitalización, el rápido desarrollo tecnológico y el cambio en el comportamiento de los consumidores. Es importante que las empresas sigan siendo lo suficientemente dinámicas y ágiles para responder a estos desafíos. Asegurar la disponibilidad de trabajadores cualificados en puestos tradicionales y nuevos garantizando que el sector sea atractivo para los jóvenes es una parte crucial de la solución. Ahí es donde entra en juego el proyecto Print Your Future.

El proyecto Print Your Future respondió al problema del atractivo desarrollando varias herramientas y recursos para apoyar a las partes interesadas de toda Europa en la promoción del sector gráfico entre los jóvenes y otros empleados potenciales, así como entre el personal actual. Estos incluían:

- Una **encuesta** para diagnosticar posibles problemas, soluciones y mejores prácticas en la contratación y prácticas de empleo en el sector gráfico europeo.
- Un **kit de herramientas de mejores prácticas** para ofrecer consejos prácticos.
- Una **campana de comunicación** para promocionar el sector gráfico europeo, que incluye:
 - un sitio web informativo que muestre trayectorias profesionales, perfiles laborales, escuelas y cursos, una nueva identidad sectorial, testimonios en vídeo de jóvenes y fotos de jóvenes del sector;
 - los Cuatro Días de los Jóvenes Trabajadores (en Estonia, Alemania, Países Bajos y Portugal) para promocionar el sector gráfico entre los jóvenes.

El kit de herramientas y la campaña de comunicación se basaron en los resultados de la encuesta, que mostraron que el atractivo del sector gráfico es actualmente un problema. El 82 % de los encuestados consideraba crucial trabajar en la reestructuración de la imagen del sector para los jóvenes, para crear trayectorias profesionales más claras para los jóvenes y para crear campañas de comunicación que hablasen el idioma de los jóvenes. Los encuestados pensaban que el reclutamiento era más problemático que el empleo, aunque se identificaron problemas en ambos. Por lo tanto, el kit de herramientas se centra en soluciones relevantes para ambas áreas a través de consejos sobre cómo encontrar, cómo atraer y cómo mantener a los jóvenes en el sector gráfico europeo.



PRINT YOUR FUTURE

CON EL APOYO DE



COORDINADORES



graphical &
packaging

EXPERTOS NACIONALES



EXPERTO TÉCNICO

