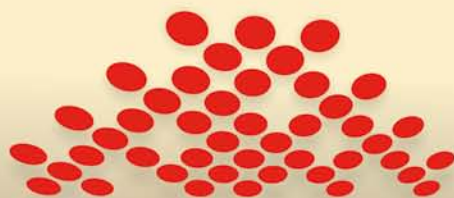


N° 154
Junio de 2017
Volumen 57

Uruguay 469, piso 2° B
C1015ABI Buenos Aires,
Argentina
Tel: (54-11) 4373-0462 / 8900
(54-11) 4372-7389
Fax: (54-11) 4374-3630
www.safybi.org



EDICIÓN
ESPECIAL!

EXPOFYBI

EXPOSICIÓN Y CONGRESO INTERNACIONAL
DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA INDUSTRIAL

8.9.10.11 AGOSTO 2017



**EXPOFYBI: Entrevistas a la Dra. Fariña,
Presidenta de SAFYBI y a la Dra. Botta,
Coordinadora del Comité Científico del Congreso**

ANMAT en el escenario internacional

CONICET: Construyendo el Futuro

USP: El ciclo de vida del procedimiento analítico

Visite nuestra
revista
online en

www.safybi.org

Comunicación en la era digital

Agregando valor para la búsqueda de perfiles profesionales y creando portafolios de carrera profesional a través de las redes

Magister Viviana Trejo

Resulta imprescindible asociar conceptos como la comunicación, que datan de décadas atrás, con las nuevas tecnologías. Esta nueva realidad ha modificado la forma de comunicarnos, de informarnos, de relacionarnos, de hacer negocios, como así también las preferencias y hábitos de las áreas de recursos humanos a la hora de iniciar procesos de selección de personal.

El hecho de contar con tecnología no siempre implica que sepamos cómo hacerlo, cómo potenciarlo para llevar adelante los objetivos personales y profesionales. El no aprovechar estas oportunidades, tanto desde el lado empresarial como desde la óptica de quien se inserta en el mercado laboral o pretende un cambio de rumbo, es una pena. La disponibilidad de información es una herramienta fundamental que el área de Capital Humano no puede dejar pasar.

El éxito de la gestión del área de recursos humanos, en materia de selección de personal, se encuentra directamente relacionada con la identificación de perfiles que impulsen a realizar las transformaciones culturales, que agreguen valor a la organización y que colaboren para lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos en la organización. El alcance de resultados excelentes estará cada vez más sujeto a la buena estrategia comunicacional del área, en particular en lo que se vincula con la atracción del capital humano deseado.

Por ese motivo, es imprescindible aprovechar los beneficios que nos brinda la tecnología, para la incorporación de buenas prácticas en materia de selección de colaboradores.

Las empresas tienen el conocimiento de que las prácticas que tuvieron éxito años atrás deben cambiar. El método efectivo para seleccionar a sus recursos humanos debe modificarse. Es esta una de las razones, por las que la innovación se ha convertido en uno de los grandes retos globales a los que se enfrentan continuamente las organizaciones.

Las redes sociales y los candidatos

Las redes sociales son un hecho difundido a tal punto que poblaciones enteras cuentan con algún perfil tecnológico. Las hay de distintos tipos, algunas asociadas a la diversión y a la vida recreativa, mientras que otras son utilizadas para reflejar la trayectoria profesional y buscar nuevos rumbos. Otras tienen el objetivo de buscar pareja, amigos o cualquier otro motivo.

La tecnología brinda la posibilidad de crear redes formales y profesionales para la incorporación de talento en las organizaciones. La búsqueda de nuevos desafíos por parte de los individuos genera posibilidades de evaluar nuevas oportunidades laborales a través de las redes sociales, otorgando la chance de incluir portafolios de carrera profesional.

Los beneficios del uso de las redes sociales son numerosos. A través de ellas muchas empresas han crecido y muchos usuarios han encontrado el trabajo acorde a su perfil

público, con lo cual puede hacer un uso eficiente de los datos, para aprovechar al máximo el potencial profesional.

Ya no se habla simplemente de un lugar para trabajar, sino que las nuevas generaciones querrán formar parte de organizaciones que se enfoquen en cuestiones que la Generación Y vincula con el medioambiente, la tecnología, la responsabilidad social empresarial. En este sentido, la participación de las empresas en los medios online hace que la identificación con la marca sea más fuerte y se atraiga a un determinado perfil de empleado. La comunicación que lleve adelante en sus campañas la empresa incidirá directamente en el tipo de candidato que se verá atraído hacia la misma.

Las redes sociales son las nuevas vidrieras de las marcas, y las áreas de recursos humanos de las empresas asumen un rol importante y protagónico a la hora de publicar sus búsquedas laborales.

Eso permite inferir que desde el área de recursos humanos, es necesario definir un nuevo perfil de colaboradores que tendrá como objetivo dentro de sus actividades, la incorporación de talentos a través de las redes.

Como quienes buscan un nuevo empleo o una nueva oportunidad de desarrollar la carrera profesional, es importante conocer el impacto que tendrá toda la información que se suba a internet. Las redes sociales profesionales deben utilizarse potenciando los puntos fuertes que tengan la experiencia y el contenido académico. Lo mismo acontece a la hora de brindar información de contacto para que los buscadores de talento los contacten.

El selector tecnológico

Un selector de décadas atrás se asociaba con una persona que había estudiado alguna carrera, o se encontraba en el proceso, que recibía cientos de currículums luego de haber publicado en el diario dominical del lugar en el cual estuviera ubicada la empresa. Los tiempos han cambiado. A tal punto, que ahora el selector de personal difícilmente se encuentre con un papel impreso.

Ese selector del pasado que invertía interminables horas intentando descifrar la información volcada en los papeles, sin un formato estandarizado, sin haber tenido los suficientes caracteres en el aviso como para establecer todos los requisitos deseables y excluyentes para el puesto pertenece a un paradigma distinto al actual. Si tenía suerte, la empresa para la que trabajaba era conocida y por ende, en forma natural, algunas personas acercaban su CV espontáneamente ante la posibilidad de alguna posición vacante. Para identificarlo, debía contar con un buen método de archivo de esos documentos, ya que debía recurrir a esa base de datos física ante alguna necesidad. Los tiempos de cada búsqueda eran prolongados. No solían existir métricas rígidas para cubrir las vacantes, ya que ante poca respuesta

de los candidatos, se vería obligado a republicar o pensar nuevas formas de atraer talento.

El selector de hoy es un selector tecnológico. La tecnología le es un aliado indispensable para llevar a cabo su tarea. La información es constante y está al alcance de la mano. Para ello, el desafío que enfrenta es el de estar actualizado en forma constante, llevando a cabo búsquedas en las redes, sabiendo que debe tener en claro qué es lo que pretende encontrar, debido a que, de lo contrario, perderá valioso tiempo sin llegar a buen puerto. El selector tecnológico probablemente estudie o sea graduado de las ciencias de los recursos humanos, pero, además, debe conocer las redes sociales, formales e informales. Es imprescindible contar con un buen dominio en este sentido, ya que hoy en día debiera considerarse parte de la educación formal.

En caso de publicar un aviso de empleo en las redes sociales profesionales, los candidatos tienen la posibilidad de cargar su CV en el formato que prefieran, pero para facilitar el escaneo de la información básica, primero reciben una estructura que agiliza la captura de datos para preseleccionar a aquellos perfiles que se consideren aplicables, o bien dejar de lado a aquellos que no resulten la mejor alternativa. La consulta de las bases de datos es dinámica y puede ser recurrente, toda vez que se prefiera. Gracias a estas facilidades, se pueden acortar los tiempos para encontrar los talentos que se adapten a la búsqueda.

Asimismo, el alcance de las búsquedas es infinito. Mientras

tiempo atrás la amplitud del mensaje estaba limitada por la zona geográfica o por el diario elegido, ahora una búsqueda puede atraer candidatos de cualquier lugar del mundo.

En este nuevo escenario, la cantidad de palabras ya no es una limitante. Existen opciones de publicación de avisos gratuitos, o pagos. Existe información disponible de las preferencias profesionales de los candidatos, así como de sus hobbies y sus preferencias personales.

Un gran desafío es conocer cuál es el límite para acceder a la información de los candidatos, cuál es el objeto de usar y rastrear ciertos datos. En la medida en que el perfil no sume a la evaluación general del candidato para cubrir una vacante, la información disponible para la toma de decisiones sobre la incorporación o no de la persona a la entidad debe pasar por otro lado. En ello radica el criterio profesional que debe tener el selector a la hora de hacer su trabajo. En tanto se tenga presente este límite lógico sobre la invasión a la privacidad, el uso de la tecnología no tiene más que beneficios.

Una buena práctica

Una busca práctica para realizar tiene que ver con administrar las redes sociales en las que se está presente, ya sea del lado empresarial como del lado de los candidatos. La búsqueda en los motores disponibles es ágil y con el simple hecho de introducir ciertas palabras claves que identifiquen a una organización, o un nombre y apellido, los resultados surgirán al instante. De allí se puede realizar una auditoría que evalúe, lo más objetivamente posible, el mensaje que quiere darse a conocer. Allí se podrán responder cuestiones como cuál es la imagen profesional que se quiere dar a conocer, cuál es el perfil que se quiere acentuar, si se está alcanzando el objetivo propuesto, o debe hacerse una modificación en alguna cuestión para que sea un mensaje más claro.

Que se sepa que la información está disponible, no necesariamente lleva a que se la ponga en la mesa para estudiarla, analizarla y, eventualmente, modificar conductas. El primer paso es saber qué es lo que está al alcance del buscador. La percepción es un factor determinante para hacerse una idea del perfil de un candidato o de una empresa. En ocasiones es difícil realizarlo con objetividad en términos de uno mismo, con lo cual siempre es beneficioso contar con un amigo, un colega o un desconocido que ayude en este sentido y exprese libremente qué percibe del perfil online que se está mostrando y comparar con lo que genuinamente se pretende transmitir.

La interacción de las distintas generaciones es una oportunidad para hacer una evaluación cruzada, que puede aportar ideas y experiencias enriquecedoras. Una persona con años de experiencia puede aconsejar a un joven sobre los puntos en los cuales hacer foco, mientras que este último puede brindar herramientas sobre el manejo de las tecnologías y las redes sociales. ■



CENTRO DE ESTUDIOS CLINICOS

Silvia Giarcovich

Farmacéutica - Dra. en Bioquímica - Master of Science

La experiencia como garantía

Estudios Farmacocinéticos y de BDBE

Bioexenciones

Enfoque y Estrategia de Registros

Cambios Post Registro

Factibilidad de Transferencias y Desarrollos

Los Estudios Farmacocinéticos y de Biodisponibilidad y Bioequivalencia se realizan en conjunto con FP Clinical Pharma.

silviagiarcovich@centro-eclin.com.ar

www.centro-eclin.com.ar



Mg. Viviana Trejo: Magister en Administración con orientación en Recursos Humanos (UB), Posgrado en Contabilidad, Auditoría y Tributación Internacionales (UADE), Contadora Pública y Licenciada en Relaciones Industriales (UADE). Docente de carreras de grado y posgrado y Tutora de Tesis. Autora, conferencista y expositora. Es asesora de la Subsecretaría de Capital Humano de la provincia de Buenos Aires y Miembro del Comité de Selección de Planeamiento de Carrera del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.