

A Tecnologia da Informação tem espaço no poder?

Jorge Castro

O diretor de TIC tem um papel estratégico nas organizações – exercer a própria missão da empresa para clientes, investidores, comunidade e funcionários. Veja as tarefas dele e como as empresas podem cooperar.

O atributo qualidade da Tecnologia da Informação e Comunicação de uma empresa depende, essencialmente, de duas pessoas: do diretor de TIC e do CEO.

O CEO provavelmente nunca terá uma noção ampla de todas as possibilidades que a ciência da informação pode oferecer. Por esse motivo, os resultados da companhia nesse setor dependem muito do diretor de TIC. Cujo o principal papel é o de representar a voz dos clientes, internos e externos, perante os demais diretores da empresa e ser o guardião da marca, inclusive de TIC.

Por isso, o especialista acredita que o TIC não deve ser visto apenas como um departamento isolado ou um prestador de serviços. Até mesmo porque o objetivo das diversas áreas da companhia é o mesmo: alcançar e conquistar os clientes, onde quer que eles estejam.

Pode-se entender que a Tecnologia da Informação e Comunicação seja uma missão da empresa para clientes, comunidade, investidores e também funcionários. É a transformação dos nerds de hoje nos líderes de amanhã, não é assim que vem ocorrendo no mercado?

As seis tarefas dos diretores de TIC:

1. Representar a voz dos clientes (internos e externos);
2. Testar os impactos;
3. Monitorar o mercado, que está em mudança sempre;
4. Fazer uma análise preditiva dos clientes;
5. Emitir parecer sobre as linhas de produtos;
6. Dar um retorno sobre o investimento feito em tecnologia, informação e comunicação.

O que as empresas devem fazer para cooperar?

Gerenciar o presente;

Eliminar a gordura e abandonar produtos, segmentos, clientes e territórios não lucrativos;
Aprimorar as operações que envolvem TIC;
Adequar-se ao tamanho certo, o que requer um minucioso alinhamento com as estratégias vigentes.

Esquecer efetivamente o passado:

Investir em produtos que já estão prontos;
Aproveitar oportunidades;
Explorar mudanças não lineares.

Criar o futuro:

Formular um grande novo projeto estratégico de alinhamento com os drivers business propostos.

O projeto deve proporcionar direção, motivação e desafios.

De acordo com os especialistas de mercado, o ciclo de vida das empresas dura de 10 a 15 anos. Em cinco anos, se você estiver no mesmo negócio que está agora, como será a sua existência? Qual o papel da Tecnologia da Informação e Comunicação na renovação dos negócios? Essa é a resposta proposta que precisa ser, no mínimo, repensada.

Fonte: Webinsider. [Portal]. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2012/05/09/a-tecnologia-da-informacao-tem-espaco-no-poder/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=a-tecnologia-da-informacao-tem-espaco-no-poder>. Acesso em: 10 maio 2012.