

Porque a transformação digital não significa tecnologia



TERESA RIBEIRO
Diretora de marketing na bwd

A transformação digital está na moda e isso é inegável. Também é inegável que em muitas organizações, quando o tema é abordado e a “moda” é de facto adotada, são trazidos de rompante fornecedores externos que tendem a aplicar soluções parciais “one-size-fits-all”, sem conhecerem em profundidade a estrutura e necessidades. Porque o tempo urge, porque a administração traçou “deadlines”, porque as melhores práticas e tecnologias vêm de fora e faltam ferramentas à organização. E muitas vezes, simplesmente, porque é mais barato. Conhecemos os riscos? A tentação de transformar apenas aquilo que é visível aos olhos do cliente, como o desenho de uma app, em detrimento de soluções que maximizem a eficiência operacional; a iminente guerra interna entre consultores externos e colaboradores internos, que muitas vezes se sentem ameaçados e marginalizados; as ferramentas que foram compradas com as melhores intenções, mas que no dia a dia não são utilizadas ou porque afinal – não são adequadas à cultura da organização e os colaboradores

não aderiram à sua utilização; a tecnologia que no fim de contas não cumpre com o prometido porque se falhou num ponto crucial – o estudo das reais necessidades da empresa e o mapeamento da estratégia tecnológica a par (e sempre) com quem deste processo vai colher os frutos, – o negócio –, entre outros.

de ter uma visão holística da transformação digital, numa manhã que inclui a apresentação do tema A gestão comportamental na transformação digital, por Carlos Mauro (PHD), um dos pioneiros da Economia Comportamental na Língua Portuguesa e autor de livros e artigos científicos em revistas científicas de prestígio,



A filosofia da bwd, espelhada no seu evento anual, o Fórum bwd, contraria esta abordagem. A 28 de maio, no Porto, mais de 120 executivos terão a oportunidade

conjuntamente com Bibi Groot (PHD), doutorada em Política Pública Comportamental e Mestre em Cognição Social pela Universidade de Londres, ambos especialistas na área do comportamento e no desenvolvimento de políticas e intervenções comportamentais (CLOO). A par da CLOO, SER Group, ITPeers, Micro I/O, Favo Studio, Polisport e Impacting Group (Adclick e Smarkio) são alguns dos parceiros confirmados para a edição de 2019 do Fórum bwd, que fechará a sessão com o debate “A digitalização e o ambiente de trabalho do futuro”. As inscrições decorrem a um ritmo acelerado – aconselhamos todos os interessados a realizar a respetiva inscrição com antecedência, de modo a garantirem o seu lugar. A inscrição é gratuita, mas obrigatória, através do e-mail teresa.ribeiro@bwd-it.com ■

Sobre mim

Trabalho em marketing de tecnologias há cerca de 10 anos.

Sou formada pela Universidade Católica em gestão de empresas, com mestrado em marketing.

Comecei a minha carreira aos 19 anos num estágio na maior tecnológica dedicada à banca e seguros em Portugal.

Mais recentemente integrei, como diretora de marketing, a equipa de uma consultora de tecnologia de dados que representa as melhores soluções de ECM a nível mundial no nosso país. É no papel que atualmente desempenho na bwd que tenho oportunidade de contactar com empresas de todos os setores e localizadas em todo o país, o que me permite conhecer os desafios e necessidade do tecido empresarial português e estar em constante contacto com o mesmo.