

# Demissões em TI: ainda vale a pena trabalhar nessa área?

Não houve quem não se assustou frente às demissões em massa em TI. Afinal, apenas em janeiro deste ano, segundo dados do Layoffs Brasil, cerca de 11.500 profissionais perderam seus empregos

Fernando Poziomczyk (\*)

Apesar de ser um pilar estratégico para o funcionamento de diversas empresas, este cenário reflete uma intensa transformação no mercado, no que diz respeito, principalmente, à maior rigorosidade na contratação destes talentos. Algo que, tanto para aqueles já inseridos no ramo quanto para os recém-chegados, precisa ser claramente compreendido, a fim de evitar que façam parte dessa estatística.

Em meio a tamanha digitalização global, a área de TI sempre se manteve dentre as mais promissoras e buscadas. Por isso, vem sendo alta a demanda por parte das empresas por profissionais qualificados para fornecer o suporte tecnológico necessário para alavancar suas operações. Esta necessidade de disrupção sempre será fundamental para o destaque competitivo – mas, a escolha daqueles responsáveis por essa missão vem sofrendo algumas mudanças significativas.

No lugar dos processos seletivos volumosos e desenfreados antes usuais neste setor, a consistência perante as organizações tomou o pro-



Aqueles que estão inseridos nesse ecossistema precisam ser muito mais racionais em suas escolhas daqui para frente, se adaptando à realidade das empresas após as movimentações vistas e balanceando a coerência entre o que elas podem oferecer, e o que desejam para suas carreiras. Mesmo diante deste alto investimento, será pouco provável vermos processos seletivos volumosos, mas sim a continuação desta seletividade em prol de talentos realmente preparados para assumir os cargos disponíveis.

tagonismo na área de TI. Vemos uma seletividade muito maior nas contratações destes trabalhadores, analisando diversas questões referentes às hard e soft skills antes de selecionar quem fará parte da equipe interna. Sendo essa uma mudança influenciada não por questões financeiras, mas pelo entendimento de que não faz sentido mais recrutar diversos profissionais, sem uma régua de seleção por trás.

Antes preteridos pela lei da oferta e demanda do mercado, hoje estes aspectos são compreendidos como fundamentais para a construção de times excepcionais para o crescimento corporativo. Se, antes, era comum as empresas se adequarem aos profissionais, o cenário atual está cada vez mais inverso.

As companhias querem os melhores profissionais para integrarem suas equipes, com a experiência adequada para assumir as funções esperadas e, claro, uma remuneração e benefícios condizentes com essas responsabilidades.

Dessa forma, mesmo diante das intensas demissões em massa registradas no começo deste ano, há ainda expectativas positivas deste segmento se manter aquecido no mercado. Tanto é que, de acordo com a Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e de Tecnologias Digitais (Brasscom), este setor deve investir cerca de R\$ 666 bilhões até 2026 em suas operações, com fortes perspectivas para o recrutamento de novos talentos.

Apesar deste fenômeno ter impactado organizações ao redor do mundo, o setor de TI ainda se mostra como um dos mais atraentes para os profissionais desenvolverem suas carreiras. Mas, em meio a tamanhas transformações, cada vez mais qualificações e habilidades serão exigidas destes talentos, para que consigam implementar os melhores recursos do mercado a favor do negócio. A adaptação se tornou a nova palavra de ordem neste segmento, para que consigam adquirir as oportunidades disponíveis e prosperarem em seus ramos.

(\*) É sócio da Wide, consultoria boutique de recrutamento e seleção.

## Melhor CX do mundo significa ter centralidade no cliente?

Paulo Marcelo (\*)

*Que atire a primeira pedra quem nunca ouviu dizer que a estratégia da empresa X ou Y está focada na experiência do cliente. Ou que a centralidade no cliente é chave para a companhia Z. Podemos dizer que são discursos banalizados. No entanto, justamente porque continuam não resolvidos, precisam continuar no cerne das discussões*

Ainda vemos hoje muitas instituições que não abrem mão de monetizar seus produtos em detrimento de priorizar o cliente. Continuam orientadas a empurrar produtos financeiros ao consumidor, criando produtos e montando cestas de ofertas sem colocar a necessidade ou o interesse do cliente em consideração. Neste caso, de nada adianta contar com uma estratégia perfeita de omnicanalidade, por exemplo. O cliente não vai ficar.

E a chance de manter esse cliente diminui à medida em que o open finance avança e em que cada dia mais players ingressam na cadeia de transações financeiras.

Será que a empresa que conta com a melhor tecnologia de customer experience (CX) – outro termo da moda – tem centralidade no cliente? Sua instituição financeira, seja ela um banco, uma seguradora, uma financeira ou uma empresa de meios de pagamentos, utiliza CX, conta com os melhores canais para garantir a boa jornada do cliente e é sensível às demandas desse consumidor. E será que isso, por si só, significa ter o cliente no centro da estratégia?

Por outro lado, abrir mão da rentabilidade para satisfazer o cliente a qualquer custo também não é saudável, nem economicamente sustentável. Então, como resolver esse paradoxo?

Aqui voltamos à centralidade no cliente. A solução passa justamente por ela, mas isso vai além de CX. A experiência oferecida ao consumidor precisa estar baseada em soluções tecnológicas sólidas, bem como integrada a um bom direcionador de governança na cultura da organização. O equilíbrio entre as dimensões é o que leva a ter o cliente percebendo que ele, de fato, é relevante. Só diante desta percepção é que a integração entre os diferentes atores, provedores de bens e serviços financeiros, conseguirá se provar sustentável.

A resposta é não. Isso tudo é necessário, mas não é suficiente. O mercado está longe de estar implementando de fato a centralidade no cliente. O cliente ainda está refém de escolhas que não são as melhores.

A centralidade no cliente implica em uma mudança de mentalidade. O foco não está apenas na inovação ou na venda de produtos ou serviços, mas também na criação de relacionamentos duradouros e na satisfação do cliente ao longo do tempo.

Hoje, é fundamental conhecer o cliente, adotar uma estratégia de hiperpersonalização por meio de dados e utilizar a tecnologia, inclusive a inteligência artificial, para conhecer melhor a realidade dos clientes e levar a eles as mais adequadas ofertas. A tecnologia entra como viabilizadora do modelo, mas é necessário trazer uma proposta de valor para a centralidade no cliente.

As empresas precisam contar com um parceiro de tecnologia capaz de ajudá-las a se engajarem com seu cliente, a inovar em diferentes níveis e, principalmente, a conseguir fazer isso em ciclos rápidos de experimentação e time-to-market. Isso ajuda a compor a base do alicerce, que se completa com a governança necessária para compreender o ponto de equilíbrio entre a orientação focada no cliente e nos ganhos financeiros.

Só então, com tudo isso equilibrado de maneira sustentável, se poderá dizer que a empresa atua com centralidade no cliente.

(\*) É CEO da Solutis.

## Para manter seus dados seguros, empresas precisam investir em “3 Ps”

Silvio Cardoso (\*)

À medida em que o mundo digital se expande, os ciberataques crescem, principalmente o lucrativo ransomware. Com os adversários se tornando capazes de executar tarefas com consistência, sofisticação e em escala, esse tipo de ataque se tornou o maior risco cibernético que as companhias já enfrentaram e a tendência é que continue crescendo em 2023 causando prejuízos na casa de bilhões de dólares.

Na RSA Conference 2020, conferência de cyber security que reúne mais de 45 mil profissionais anualmente, o investigador do FBI, Joel DeCapua, revelou um dado alarmante. De 2013 a 2019, os grupos de ransomware faturaram mais de US\$ 144 milhões, mas em 2020 apenas, o faturamento dos grupos foi registrado em US\$ 692 milhões, demonstrando que os grupos se tornaram verdadeiros ecossistemas criminais muito lucrativos.

Diante dessa realidade, a pergunta que faço é: como ter resiliência nos negócios e estar preparado para enfrentar esse cenário tão hostil? A busca pela ciber-resiliência, ou seja, a capacidade de uma organização em resistir e se recuperar com eficiência de ciberataques, minimizando os impactos no negócio e mantendo a continuidade operacional, vem crescendo a duras penas nas empresas.

Um levantamento da consultoria Osterman Research, especialista em pesquisas de mercado, publicado no mês passado e realizado com 570 profissionais em funções de gestão de risco e segurança sênior em organizações com mais de mil funcionários, mostrou que 86% dos entrevistados possuem um programa de cyber resilience, porém mais da metade (52%) dos entrevistados confirmaram que ele não é abrangente o suficiente e não possui métricas para comprovar seu funcionamento.

É desafiadora a conquista da ciber-resiliência, principalmente para negócios que não possuem TI como seu core business e consideram muito alto o investimento em tecnologia. Se os tomadores de decisão calculassem o valor do prejuízo caso a operação parasse, concluiriam que o investimento vale a pena.

O último salto tecnológico do setor de armazenamento de dados tenta uma articulação mais completa entre os fatores que geram vulnerabilidades, alinhando recursos de storage com inteligência artificial, apresentando so-



lúções que envolvam mais as pessoas e seus processos e estimulando ao usuário uma postura mais segura.

No caso do storage de dados, evoluem as soluções que possibilitam às companhias terem suas informações disponíveis e recuperáveis - em casos de desastres naturais, falhas de aplicativos e ameaças cibernéticas - e ao mesmo tempo, que sejam capazes de detectar incidentes antes que causem danos.

Com a implementação de medidas de redundância, segurança em camadas, backup, recuperação de desastres e monitoramento, as organizações podem fortalecer a resiliência de seus sistemas, principalmente de armazenamento, e mitigar os riscos associados a ataques cibernéticos e falhas de infraestrutura.

Um dos motivos para a elevação nos ataques de ransomware foi a concretização do crime como um modelo de negócio, conhecido como RaaS (ransomware as a service), onde os grandes provedores de software maliciosos dificultam sua identificação, terceirizando os ataques. Sem um controle rígido de acesso, e uma estratégia diferente, a vantagem econômica e a disseminação desses softwares podem favorecer os criminosos.

A resposta então deve estar no mesmo sentido que seguem as novas tecnologias de armazenamento. Não basta a aquisição de um produto, mas que ele também envolva as pessoas, incite mudanças comportamentais, exigindo delas processos mais seguros.

(\*) É Product Sales Manager na Adistec Brasil

**Quatá Empreendimentos e Participações Imobiliários SPE Ltda.**  
CNPJ/ME nº 14.080.194/0001-97 - NIRE nº 35.225.675.721

**Extrato da Ata da Reunião de Sócios Realizada em 02 de Maio de 2023**  
Data, Hora, Local: 02.05.2023, às 10h, na Av. Dr. Cardoso de Melo, nº 900, 9º andar, São Paulo/SP. Presença: Lucio Viva Empreendimentos e Participações Ltda., com sede em São Paulo/SP, CNPJ/ME 40.202.476/0001-20 e JUCESP NIRE 35.236.700.391, representada por seus administradores, Sr. Wilson Pinto Rodrigues ("LUCIO VIVA"); RL80 Desenvolvimento Imobiliário Ltda., com sede em São Paulo/SP, CNPJ 42.361.818/0001-80 e JUCESP NIRE 35.237.336.285, representada por seu Diretor "A": Firmino Matias Lucio Junior e por seu Diretor "B": Paulo Henrique Martins de Sousa, ambos com endereço comercial em Belo Horizonte/MG ("RL80 DI"); e Direcional Engenharia S/A, com sede em Belo Horizonte/MG e CNPJ/ME 16.614.073/0001-00, representada por seu diretor, Sr. Paulo Henrique Martins de Sousa e Eduardo Ferreira Quintella, ambos com endereço comercial em Belo Horizonte/MG ("DIRECIONAL"). Mesa: Wilson Pinto Rodrigues - Presidente, Paulo Henrique Martins de Sousa - Secretário. **Deliberações Aprovadas:** 1. Nos termos do artigo 1.082, II do Código Civil, reduzir o capital social da Sociedade no montante de R\$ 5.298.204,00 após o prazo de 90 dias da publicação desta ata, por considerá-lo excessivo em relação ao objeto da Sociedade, com a respectiva restituição do montante de capital reduzido à Sôcia Lucio Viva em até 30 meses contados da publicação desta ata. 2. Em vista da deliberação acima e após o prazo de 90 dias da publicação da presente ata, nos termos do artigo 1.084 do Código Civil, serão canceladas 5.298.204 quotas de titularidade da Lucio Viva, passando o capital social de R\$ 5.298.204 quotas para 1.000 quotas, bem como será restituído o valor de R\$ 5.298.204,00 à sócia Lucio Viva, ocasião em que o quadro social da Sociedade ficará com a seguinte composição: **Sôcia - Quotas - % - Quotas (R\$): Lucio Viva Empreendimentos e Participações Ltda - 250 - 25% - R\$ 250,00; RL80 Desenvolvimento Imobiliário Ltda - 600 - 60% - R\$ 600,00; Direcional Engenharia S/A - 150 - 15% - R\$ 150,00; Total - 1.000 - 100% - R\$ 1.000,00.** 3. Os valores da presente redução de capital serão destinados para a quitação do valor devido à Lucio Viva pela redução do montante de capital social com a redução das quotas de titularidade, ficando certo e ajustado que tal quitação será entregue diretamente pela Sociedade à Lucio Viva no prazo ajustado. **Encerramento:** Nada mais. Sôcias: **Lucio Viva Empreendimentos e Participações Ltda - Wilson Pinto Rodrigues, RL80 Desenvolvimento Imobiliário Ltda - Diretor "A" Firmino Matias Lucio Junior/ Diretor "B" Paulo Henrique Martins de Sousa, Direcional Engenharia S/A - Paulo Henrique Martins de Sousa e Eduardo Ferreira Quintella.**