

## Coluna do Taurion

# Digital Workplace: trabalho independente do local físico

*O trabalho remoto ou os escritórios digitais, serão cada vez mais, o novo método de trabalho das empresas modernas.*

**por Cezar Taurion**

**O**utro dia, no intervalo de um grande evento de TI, estava em uma animada conversa com alguns CIOs quando levantei o assunto "Digital Workplace". Fiquei surpreso com a reação: silêncio por algum tempo e depois algumas perguntas como "que é isso?", "é mesma coisa que intranet?" e por aí vai. Ficou claro que não havia consenso sobre o assunto. Assim, primeiro tratamos de chegar a um consenso sobre o que é Digital Workplace. Entendemos no final que "o trabalho é o que você faz e não o local onde você o realiza e que Digital Workplace é um conjunto de tecnologias e práticas que permitem uma pessoa trabalhar de forma colaborativa exercendo todas suas atividades (acessar todas os aplicativos de que precisa – do e-mail aos sistemas administrativos como ERP), de qualquer lugar (casa, escritório, aeroporto), na hora que você precisa e usando qualquer dispositivo".

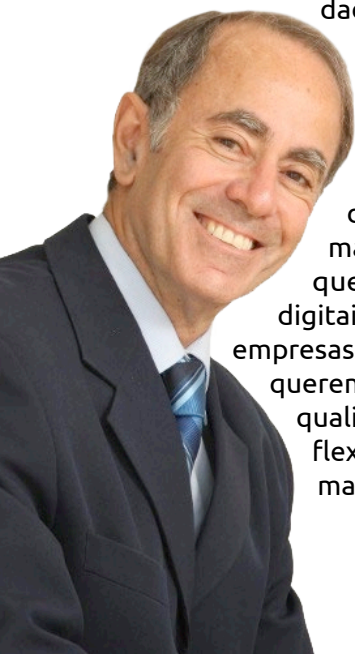
E o que motiva uma empresa a pensar e colocar em prática uma estratégia de Digital Workplace? Foi entendimento de todos na discussão que os problemas de mobilidade urbana nas grandes cidades e suas consequências nos funcionários, como perda de produtividade e aumento do stress, não serão resolvidos a curto e médio prazo. Também todos concordaram que o avanço da disseminação da Internet, mobilidade e plataformas sociais cria um novo cenário. E que a geração denominada nativos digitais está cada vez mais presente nas empresas. Finalmente, todos os funcionários querem, independente de geração, mais qualidade de vida, e indiscutivelmente, flexibilidade no trabalho é um dos itens mais requisitados. Ora, se a tecnologia

não é impeditiva, o que impede? Foram citados aspectos culturais, reação à mudanças e a legislação obsoleta que temos. Mas, são impeditivos intransponíveis ou podem ser contornados?

A partir daí a conversa fluiu bem e quero compartilhar aqui com vocês os insights gerados.

No mundo atual a velocidade das mudanças aumenta a cada dia. Basta lembrar que o iPhone surgiu em 2007 e o iPad em 2010. Há dez anos não existia Facebook e Twitter. O trabalho está cada vez mais colaborativo e trabalhar em equipes é o atual procedimento padrão do trabalho. Colaboramos com outros funcionários para as atividades do dia a dia, gerar novas ideias, analisar informações e tomar decisões. Interagimos com os clientes de forma crescente. Aliás, em muitos negócios os clientes já estão dentro dos processos de negócio das empresas, como em bancos e empresas aéreas. Nós mesmos, enquanto clientes, exercemos atividade bancárias e aereoviárias que há uns dez anos atrás eram feitas exclusivamente por funcionários destas organizações. Interagimos com o staff administrativo para submeter um reembolso de despesas e com o RH para resolver uma pendência de férias. Enfim, uma organização atua de forma interativa e colaborativa todo o tempo.

A geração dos chamados nativos digitais está cada vez mais numerosa nas empresas. E eles entram acostumados a usar diversas tecnologias e esperam continuar as usando no trabalho. São íntimos da tecnologia e se sentem desamparados se forem impedidos de usá-las. Para a geração digital um smartphone, um tablet e seus aplicativos preferidos são como papel e caneta para a geração analógica. Revista para eles é um tablet que não funciona e receiam mais ficarem obsoletos tecnologicamente do que perderem seus empregos.



A separação entre trabalho e vida pessoal está cada vez mais tênue e, enquanto trabalhamos interagimos com nossos colegas, sejam estes da empresa e de outras, interagimos com nossos familiares, resolvemos problemas com clientes ou mesmo pessoais, e reservamos uma passagem aérea, seja para uma viagem a trabalho ou lazer. Tudo em multitarefa. Na prática dissemina-se mais e mais o conceito das pessoas poderem gerenciar sua vida pessoal do trabalho, lembrando que a separação entre trabalho e vida pessoal está cada vez mais tênue.

Neste contexto é que o conceito de Digital Workplace precisa ser debatido. Não é uma simples questão de tecnologia mas uma possibilidade potencial da empresa conseguir vantagem competitiva com aumento da produtividade e retenção dos melhores talentos. É uma questão de estratégia de negócios.

Um dos presentes à conversa levantou um ponto interessante. Muitas empresas criam iniciativas para usarem redes sociais como Facebook, YouTube e Twitter para se engajarem e colaborarem com seus clientes, mas esquecem que seus clientes também são seus funcionários. As mudanças de hábito dos clientes, sua demanda pelo uso de

---

*Colaboramos com outros funcionários para as atividades do dia a dia, gerar novas ideias, analisar informações e tomar decisões. Interagimos com os clientes de forma crescente. Aliás, em muitos negócios os clientes já estão dentro dos processos de negócio das empresas, como em bancos e empresas aéreas*

---

novas tecnologias de fácil uso e intuitivas, também são demandas dos seus próprios funcionários. E este fato acaba ficando em segundo plano. Listamos então uma lista de empresas que sabíamos ter estratégias conhecidas de engajamento digital com seus clientes mas que internamente ainda atuam no papel e caneta, com uma simples intranet unidirecional como apoio ao modelo de trabalho. E a lista ficou longa...

## Você sempre encontra seus documentos?



- Organiza os documentos sob diversos pontos de vista
- Integração com captura de documentos digitalizados
- Inclui ambiente colaborativo para equipes de projeto
- Integrado com BPM para organização do trabalho
- Preparado para mobile com aplicativos nativos
- Modelo abrangente de segurança de acesso
- Otimiza as tarefas de busca
- Suporte no Brasil



Alfresco™

E como criar esta estratégia? Primeiro é necessário uma motivação forte. O modelo de trabalho que usamos hoje é adequado às necessidades da empresa? A produtividade está abaixo do seu potencial? Não sabemos, não é? Então, um primeiro passo é um diagnóstico que analise o status atual (nível de produtividade, satisfação dos funcionários etc.) e desenhe uma estratégia de curto, médio e longo prazo. Mudanças sempre geram reações e estas não devem ser subestimadas. Já vi cases de sucesso de Digital Workplace serem apresentados em eventos internacionais, mas na prática seu uso continuou extremamente limitado, pois questões culturais inerentes à empresa e a falta de adesão dos executivos seniores se tornaram barreiras intransponíveis. Depois do diagnóstico, nada melhor do que um projeto piloto limitado em escopo, que avalie não apenas as tecnologias adotadas, mas a reação dos funcionários e da gestão da empresa ao novo modelo de trabalho. À medida que o piloto mostre resultados positivos e seja refinado, amplia-se sua utilização até o momento em que toda a organização provavelmente estará atuando sob o conceito de Digital Workplace. E o trabalho não para aí. Os ajustes devem ser contínuos, mesmo porque novas tecnologias sempre surgirão – o que pode provocar mudanças comportamentais que precisam ser refletidas no modelo de trabalho.

Outras recomendações interessantes que surgiram da conversa:

- ♦ A estratégia de Digital Workplace não deve ser ação isolada de TI, mas estratégia da corporação com atuação forte do RH (e outras áreas, como jurídico) e principalmente adesão dos executivos seniores.

- ♦ As empresas têm diversas gerações em seus quadros de colaboradores e, portanto, não pode criar um modelo único, mas entender que os níveis de conforto e interesse com as tecnologias variam bastante.

- ♦ Existem os nativos digitais, que nasceram com a Internet como pano de fundo e, portanto, seu uso é natural; os naturalizados digitais, que vieram do mundo analógico mas se adaptaram muito bem ao mundo digital; os migrantes, que aceitam com alguma relutância o mundo digital, mas conservam muitos dos seus hábitos; os turistas, que são bastante relutantes no uso da tecnologia e limitam seu uso ao mínimo neces-

sário, visitando o mundo digital para executar uma tarefa e retornam rapidamente à sua zona de conforto; e os eremitas, que não usam tecnologias – são raros, mas ainda existem dentro das empresas. Se o foco é aumentar a produtividade, ignorar este fato será contraproducente.

- ♦ Medir continuamente o resultado da estratégia. Qualquer investimento precisa trazer algum retorno para a empresa e isto obviamente demanda mensuração constante, até mesmo para avaliar se a trilha percorrida está correta. Se o objetivo era aumentar a produtividade, de quanto foi este aumento? Se o objetivo era aumentar o nível de colaboração e incentivar a inovação dentro da empresa, quais resultados foram obtidos?

- ♦ Não force a situação. A adesão tem que ser natural e isso só acontece quando os funcionários identificam o que têm a ganhar saindo de sua zona de conforto e indo para um novo modelo de trabalho. Comunicação é a palavra chave neste caso.

- ♦ Não comece pela tecnologia. De maneira geral os fornecedores de tecnologia tendem a mostrar um quadro bem mais róseo do que a realidade ao propor que o Digital Workplace apareça naturalmente com a aquisição de sua tecnologia. Não é verdade. Sem tecnologia nada acontece, mas a mudança é muito mais conceitual e cultural do que tecnológica. A tecnologia é um meio e o não um fim em si mesmo.

Realmente a conversa foi bem interessante e muitos dos CIOs saíram da discussão com projetos na cabeça. Bem, daqui a alguns meses pretendo retornar a eles e ver o que foi feito. Mas desejo sucesso a todos! Cezar Taurion. Cezar Taurion é profissional e estudioso de Tecnologia da Informação desde fins da década de 70, com educação formal diversificada, em Economia, mestrado em Ciência da Computação e MBA em Marketing de Serviços, além de possuir experiência profissional moldada pela passagem em empresas de porte mundial. É autor de seis livros que abordam assuntos como Software Livre, Grid Computing, Software Embarcado, Cloud Computing e Big data. ■

---

Cezar Taurion é profissional e estudioso de Tecnologia da Informação desde fins da década de 70, com educação formal diversificada, em Economia, mestrado em Ciência da Computação e MBA em Marketing de Serviços, além de possuir experiência profissional moldada pela passagem em empresas de porte mundial. É autor de seis livros que abordam assuntos como Software Livre, Grid Computing, Software Embarcado, Cloud Computing e Big data.

---