

Em sua palestra “insight session”, Andrea Iorio, especialista em liderança, soft skills e transformação digital, apresentou sua visão sobre o papel dos líderes em um cenário disruptivo de mudanças tecnológicas aceleradas. Autor de best sellers com a experiência de ter trabalhado na implantação do aplicativo de relacionamentos Tinder, ele colocou a questão de “como trocar o motor de um avião em pleno movimento?”. E apontou: “temos de tomar decisões, executar de maneira diferente e engajar os colaboradores”, disse.

Por Alexandre Sammogini



Em sua palestra “insight session”, Andrea Iorio, especialista em liderança, soft skills e transformação digital, apresentou sua visão sobre o papel dos líderes em um cenário disruptivo de mudanças tecnológicas aceleradas. Autor de best sellers com a experiência de ter trabalhado na implantação do aplicativo de relacionamentos Tinder, ele colocou a questão de “como trocar o motor de um avião em pleno movimento?”. E apontou: “temos de tomar decisões, executar de maneira diferente e engajar os colaboradores”, disse.

Explicou que praticamente todas as pessoas, inclusive os participantes de planos, possuem acesso à tecnologia digital, com a experiência dos aplicativos. Por isso, existe uma tendência de começar a exigir a mesma experiência de todas as organizações. “Vivemos um processo de empoderamento do cliente devido aos meios digitais. Temos uma maior competição com menores custos de troca”, comentou. No caso dos planos de previdência, existe a portabilidade, que começa a exercer pressão sobre a fidelização do cliente. A saída é fortalecer o foco no cliente.

Andrea Iorio explicou que atualmente está ocorrendo uma aceleração exponencial dos mercados, inclusive da previdência privada, cujo ritmo não estamos acostumados. “Estamos acostumados a uma mudança linear, mas agora a mudança é exponencial. Nós líderes temos de pensar diferente”, comentou. Neste cenário, o líder deve adotar uma postura complementar ao papel da tecnologia.

“A liderança deve se antecipar às mudanças, deve mostrar coragem para liderar, com protagonismo”, disse. Um dos problemas é que a maioria dos projetos de digitalização fracassa. Segundo estudo da consultoria McKinsey, apenas 16% dos projetos de transformação digital colhem resultados satisfatórios no longo prazo. Um dos principais erros é que se acredita que a tecnologia é um fim em si mesmo. “A tecnologia não é o fim da transformação; é um meio. O principal é a mudança cultural que deve ser adquirida pelos times”, comentou.

Mente principiante – Para Andrea Iorio, o líder não deve ter respostas para tudo. “Não basta ter informações e conhecimentos. Em um cenário de mudanças aceleradas, o mais importante é contar com a capacidade de fazer perguntas”, apontou. O especialista diz que a maioria das pessoas prefere se apegar às crenças e sucessos do passado. “Não devemos liderar com mente do expert, mas sim com a mente de principiante”, defendeu. Ele citou o caso prático da Domino’s Pizza, na época que um novo presidente assumiu com a empresa à beira da falência. Ele reconheceu os problemas, mas não falou o que deveria fazer. Disse que não sabia o que fazer e pediu ideias aos colaboradores para sair da crise. A atitude deu certo, chegaram várias ideias inovadoras e a interação gerou maior engajamento.

“Temos a tendência de adotar a mente do expert, perdendo capacidade de renovar expectativas”, comentou. E disse que não basta perguntar aos clientes o que eles querem. É preciso se antecipar às necessidades e dores dos clientes para desenvolver soluções e produtos inovadores. “Não basta perguntar o que ele quer. Muitas vezes ele nem sabe o que quer. Temos de entender melhor o cliente e antecipar suas dores e necessidades”, apontou.

Além das ideias inovadoras e das decisões, é preciso avançar para uma mudança comportamental na organização. Mais que isso, é preciso transmitir as ideias e sua implementação para o restante dos colaboradores. É preciso realizar um processo de transformação emocional, com soft skills que impactam o negócio.

[Clique aqui para acessar a programação completa!](#)

O 43º Congresso Brasileiro de Previdência Privada é uma realização da Abrapp, com apoio de ICSS, Sindapp, UniAbrapp e Conecta. Patrocínio diamante: BB Asset Management, BTG Pactual, Credit Suisse e Sinqia. Patrocínio ouro: Aditus, BNP Paribas Asset Management, Bradesco, BV Asset, Galapagos Capital, Gama Investimentos, Giant Steps Capital, Itajubá, Itaú, MAG, Mercer, Safra, Santander Asset Management, Spectra Investiments, Sul América Investimentos e XP. Patrocínio prata: AZ Quest, Bahia Asset Management, Banco Pan, BlackRock, Brasil Capital, FuturoTech, Global X, GTIS Partners, JGP, J.P. Morgan Asset Management, Maps + Data A, Market Axess, M Square, Patria, Plural Gestão, Schroders, Trígono Capital, uFund e Vinci Partners. Patrocínio bronze: Anbima, Apoená, Carbyne Investimentos, Claritas, Constância Investimentos, Daycoval, Fator, Franklin Templeton, Mapfre Investimentos, Método Investimentos, PRP, Quantum, RJI Investimentos, Venko Investimentos e Trust Solutions.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 20.10.2022.