Relaciones Personales y Laborales

Grupo 2: Danya Barros

Yenniffer Herrera

Silvina Fiorenza

Gabriel Rilo

Fernando Severo

Tecnólogo en Informática – Noviembre 2011

Artículo:





7 Hábitos de líderes Tecnológicos Altamente Efectivos

Por Stephen J. Andriole

Introducción:

El liderazgo tecnológico ha estado cambiando.Los héroes de la tecnología de la década de 1970 y 1980 eran diferentes a los héroes de la década de 1990, y los héroes de principios del siglo 21 ni siquiera reconocían a sus contrapartes del siglo 20.

Este artículo analiza siete hábitos que líderes tecnológicos practican en su día a día.
El artículo describe los cambios que definen el liderazgo en IT, desafíos, así como las habilidades específicas de liderazgo necesarias, para cumplir los siempre cambiantes desafíos.

¿Cuál es el trabajo de los líderes de negocios de la tecnología?

Entre otras cosas deben:

- Construir escenarios de negocio
- Realizar un seguimiento de la tecnología que importa a las empresas
- Identificar riesgos y oportunidades de negocio
- Organizarse de forma adaptativa
- Administrar la infraestructura de manera rentable
- Comunicarse bien y con frecuecia
- Marketing

La construcción de escenarios de Negocios

Cuando Andriole era director de tecnologia en CIGNA, se unio junto a su grupo a IBM para desarrollar un conjunto de escenarios de negocio.

Su grupo era el responsable de establecer estandares de Tecnologia, definir arquitecturas informaticas y de comunicaciones generales, mantenimiento de la seguirdad y la gestion del presupuesteo de R&D (Research & Development).

A mediados de la década de 1990 esto desarmó a los ejecutivos de negocios, ya que su imagen de "Sistemas" no era la mejor. El modelo funciono bien. ¿Por qué? Debido a que todo el esfuerzo fue en los negocios, no en la tecnología.

Hábito 1: Los líderes de negocios de la tecnología se centran en modelos de negocio y procesos antes de concentrarse en infraestructura tecnológica o aplicaciones.



Los buenos escenarios proporcionan buenos mercados y transacciones rentables . Identifican reestricciones e influyen en la dirección de las decisiones estratégicas que se deben tomar.

Los líderes de negocio, generan y venden escenarios de negocio. Trabajan en la empresa para perfilar de que manera y cómo seran los modelos de negocio y procesos.

¿Quiere esto decir que los modelos y procesos de negocio deben ser desarrollados de forma independiente de oportunidades con asistencia tecnológica? No, pero deben guiar el proceso.

Líderes tecnológicos hacen hincapié en la diferencia entre la **tecnología operacional y la tecnología estratégica.**

Pero la ventaja competitiva todavía es posible gracias a las correctas inversiones tecnológicas estratégicas mencionadas sobre la línea.

Las **inversiones tecnológicas estratégicas** son aquellas que hablan directo al consumidor, la porción del mercado, la competencia, y las colaboraciones.

Las **inversiones operativas tecnológicas** hablan directamente a la computadora y a la infraestructura de las comunicaciones.



Figura 1. Capas de la tecnología operacional y estratégica.

Los líderes explotan la distinción operacional/estratégica; también realizan un seguimiento de las tendencias tecnológicas, especialmente las tecnologías que realmente importan al negocio.

Por ejemplo:

Semantic Web - La internet inteligente
Utility computing - La adquisición de tecnología y modelo de soporte que usa el modelo de electricidad para describir su modo de “pago a demanda” .
Computación Grid - Forma de computación distribuida, en la cual los recursos pueden ser heterogéneos.

Los lideres deberían seguir los conceptos más interesantes y resistirse a las tentaciones de adentrarse en las tecnologías de moda que aún están en etapas tempranas de desarrollo.

Habito #2: Lideres de negocios de la tecnología realizan un seguimiento de la tecnología que importa, enfocándose en las diferencias entre tecnología operacional y estratégica y en el abismo entre conceptos tecnológicos, prototipos y los conglomerados tecnológicos de buena fe.



Los líderes de los negocios de la tecnología deben hablar el idioma del negocio. Deben enfocarse en las situaciones negativas que los managers y ejecutivos de negocio experimentan.

Los buenos lideres mantienen una lista de los problemas más difíciles, los apectos criticos mas importantes.

Habito #3: **Lideres de los negocios tecnológicos identifican y priorizan *problemas criticos y los acercamientos a la reducción de los mismos, de la misma manera en que acercan a la creación del negocio placentero.***



Los problemas del negocio se manifiestan de diferentes formas como por ejemplo en el control de:

- de costos
- de empleados
- de gastos generales.

Las satifaciones del negocio se dan con

- la generación de ingresos,
- up-selling y cross-selling
- en el crecimiento orgánico
- el aumento de las adquisiciones
- el aumento de las ganancias.

Todo el ejercicio de los problemas se enfoca en el **éxito del negocio**. También se enfoca en lo que los profesionales de los negocios individuales **consideran personalmente emocionante y recompensante**

Habito #4: Lideres de negocios tecnológicos optimizan el valor de los servicios compartidos en las compañías tanto centralizadas como descentralizadas, y organizan en torno a las diferencias entre las tecnologías operacionales y estratégicas.



Los líderes tecnológicos resaltan la gobernabilidad sobre y por debajo de la línea estratégica y operacional. Este es un factor clave.

Una organización con un gobierno ambiguo tiene escasas oportunidades de ser efectiva.
La clave para avanzar es definir una organización del negocio tecnológico pensando que es una sola y no dos organizaciones diferentes.

El liderazgo organizacional se enfoca en

- gobernabilidad de los recursos tecnológicos del negocio
- inversiones
- responsabilidades
- principios
- prioridades.

El valor de la tecnología en el negocio debería ser una filosofía de gobernabilidad primaria. Las aplicaciones por sobre la línea deberían ser identificadas por el negocio más allá de la estructura.

La arquitectura de la empresa debería ser una unión entre las líneas del negocio y los proveedores del soporte de la infraestructura.

La clave es organizar entorno a las cinco capas del negocio tecnológico que comparten las autoridades que toman decisiones a través de la gobernabilidad explicita.

La flexibilidad es esencial, desde que las relaciones de los negocios tecnológicos es fluida y continua y no se define entorno de un numero discreto de reglas.

Administrar la Infraestructura

Los lideres se aseguran que la computación y la infraestructura de las comunicaciones es segura, confiable, accesible y efectiva respecto al costo. Los lideres entienden que hay maneras alternativas de adquirir, implantar y hacer un soporte computacional y de las infraestructuras comunicacionales. Optimizan las alternativas las cuales hacen referencia al núcleo de la competencia de su organización, cultura y la estrategia organizacional evolutiva.



Figura 3. Caminos a la sociedad en los negocios de la tecnología.

Habito #5: Lideres de negocios tecnológicos administran la infraestructura computacional y de comunicaciones de manera profesional y efectiva ante los costos negociando SLA's y a través de las mejores prácticas de medición.



Otra capacidad es la medición.

Qué tan bien está funcionando la infraestructura?
Qué dice la información comparativa de la industria?

Los lideres son conscientes de lo que está pasando en la industria y en sus alrededores, especialmente con las tendencias adquisitivas.

Los lideres observan el análisis de FODA:
Fuerzas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Son ellos los que dirigen todos los procesos de adquisición de tecnología.

Cuando las cosas son relativamente tranquilas, los lideres aun necesitan comunicar lo que están haciendo, el estado de sus proyectos y sus estrategias. Cuando las cosas están mal, ellos deben entablar una relación profunda y continua con sus socios para resolver los problemas en conjunto; y cuando las cosas marchan bien, los lideres pueden sacar lo mejor de la situación para asegurarse que cada uno entienda lo que significa la victoria y se sienta parte de la misma

Habito #6: Los lideres de negocios tecnológicos se comunican frecuentemente y de manera previsible; comunican buenas y malas noticias en lo que respecta al negocio y proveen una clara visión sobre iniciativas tecnológicas a través de herramientas como el "dashboard".



La mayor parte de la comunicación es rutinaria, como está funcionando la infraestructura, los costos tecnológicos, el costo total de propiedad de la tecnología, el retorno de la inversión de los proyectos de los negocios tecnológicos, y el de la inversión en proyectos y programas de los negocios tecnológicos.

Es importante una mirada en detalle de la disponibilidad, vulnerabilidad y efectividad de la infraestructura tecnológica y de las aplicaciones estratégicas claves.

Proyecto,programa,portfolio; los "dashboards" son los preferidos por los managers, ya que son reportes de lectura fácil sobre los estados de proyectos claves y los demás programas.

Mercado

Los líderes piensan en quien crea, distribuye, y mantiene el mensaje tecnológico dentro y fuera de la compañía.

Los mismos actúan con sensatez frente a la necesidad de promocionar interna y externamente los logros y estrategias de su negocio tecnológico.

Dicho esto, cuáles son los elementos de una buena estrategia para el marketing de tecnologías?

Primero, se debe considerar que está siendo vendido. Obviamente se trata de hardware, software y servicios, pero también hay una imagen, percepciones y estrategias.

Hábito #7: Los líderes de negocios tecnológicos promocionan activamente sus roles en la compañía, así como la contribución de la tecnología al negocio mediante una variedad de herramientas y técnicas.



Las "*Public Companies"* tienen un desafío único.

Cada vez más la tecnología es incluida como una variable en los modelos de valuación de las compañías. Los analistas que cubren los stocks de las "*public companies"* deben tomar en cuenta la infraestructura tecnológica, las aplicaciones y las mejores prácticas para determinar la madurez de las adquisiciones tecnológicas, el desarrollo (deployment),y las estrategias de soporte de la compañía.

Los CIOs y CTOs que son los líderes de los negocios tecnológicos hablan con los analistas, responden sus preguntas o intentan moldear su entendimiento sobre el rol que juega la tecnología en el negocio.

Cuando hablamos de tecnología, hay un camino a seguir?

Un mensaje consistente referido al papel que juega la tecnología en la compañía, como está organizada esta tecnología, que es lo más importante, los principales proyectos, y la contribución de la tecnología para lograr un crecimiento lucrativo, entre otros mensajes claves son necesarios para manejar la tecnología como un negocio.

Muy importante, hay recursos dedicados al marketing de tecnologías?

No se puede enfatizar lo suficiente el valor del marketing tanto interno como externo de tecnologías. La historia tecnológica de la compañía, debe ser empaquetada y vendida respetando ciertas bases. Una pequeña inversión se verá traducida en ganancias substanciales.

Que sigue?

Los líderes nacen o se hacen?
Los siete hábitos provistos aquí proveer suficientes pistas para encontrar la respuesta.

Muchas características del liderazgo son, por supuesto, inherentes a personalidades específicas, pero otras pueden ser aprendidas con el tiempo.

Sin lugar a dudas, la naturaleza del liderazgo de negocios tecnológicos está cambiando.




thanks
Dank
merciBeaucoup
grazas
grazieMille
GRACIAS
gracias
gràcies
esker