PALESTRA
As 12 Business Trends

INOVA CONSULTING

cubo coworking Itaú

CUBO NETWORK
SÃO PAULO – 13 de Junho – 19h00

WELCOME

As 12 Business Trends
LUIS RASQUILHA | 13 JUNHO 2016

LUÍS RASQUILHA

+55 (11) 98560 7271 | Skype: lrasquilha | luis@inovaconsulting.com.br | www.inovaconsulting.com.br

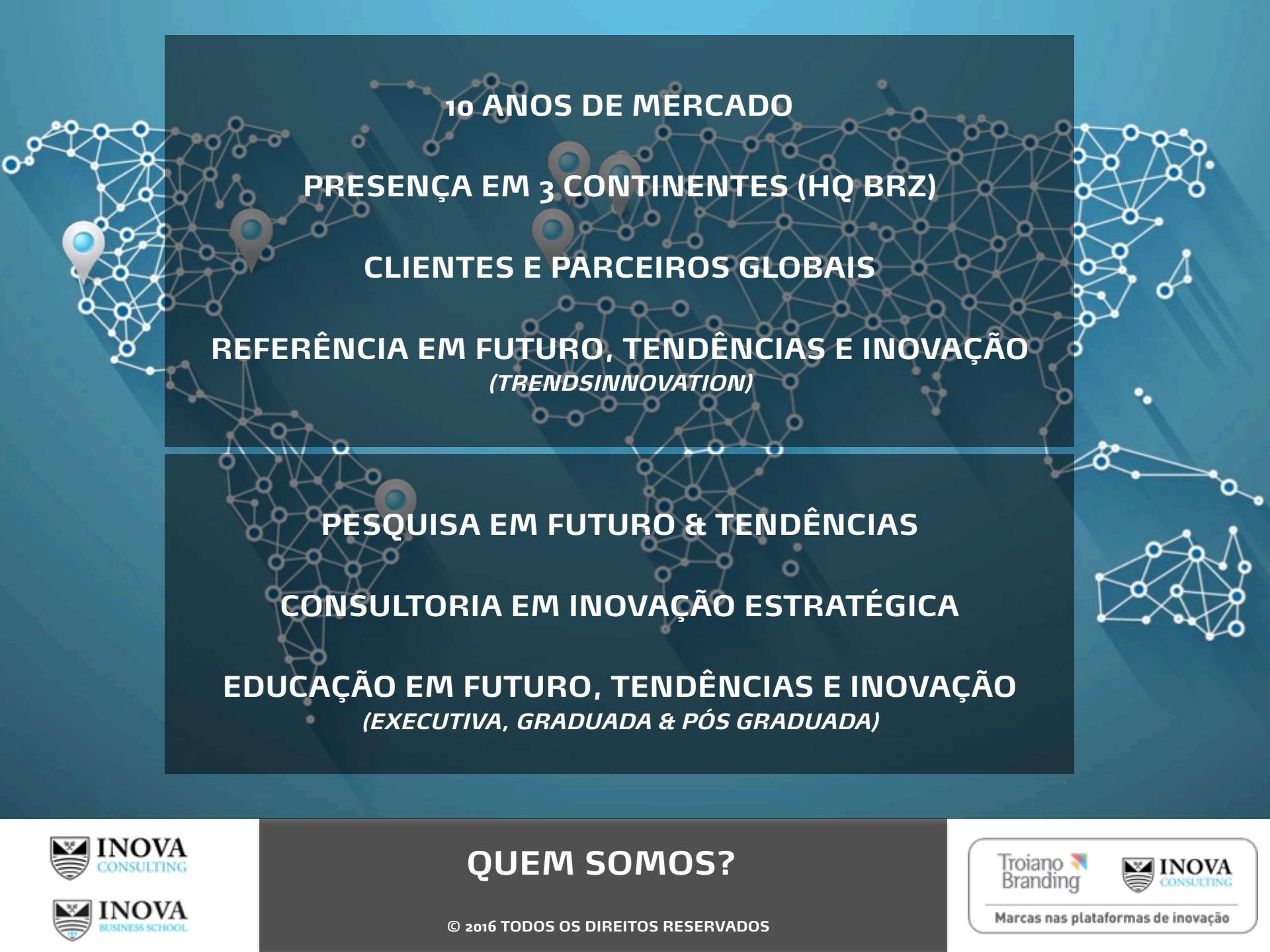
INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA | Av. Paulista 1765 7. andar, conj 72CV: 7833 | 01311-200, São Paulo – Brasil
Tel.: +55 (11) 3075-2866 | www.inovaconsulting.com.br

INOVA CONSULTING

Ciclo de Palestras 2016

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

cubo coworking Itaú



INOVA CONSULTING

INOVA BUSINESS SCHOOL

QUEM SOMOS?

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Troiano Branding

INOVA CONSULTING

Marcas nas plataformas de inovação

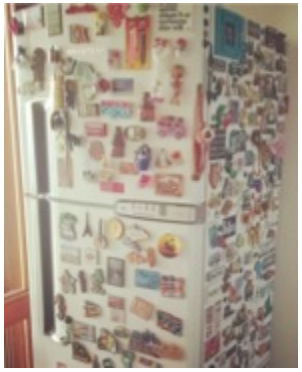
CARREIRA PROFISSIONAL

CARREIRA ACADÊMICA

@lrasquilha

FORMAÇÃO

- **Lic. 93/97: RPP**
- **PG 00 Marketing**
- **MBA 03/04**
- **PG 08 Gestão**
- **Master 09 Emprendedorismo e Gestão da Inovação**
- **Crash Course on Creativity & Design Thinking Action Lab 13**
- **Pós-MBA 14/15**
- **Adv. Program 16 Strategic Management**



LUIS RASQUILHA
CEO | INOVA CONSULTING + BUSINESS SCHOOL + RWEAR
PROFESSOR | FIA | COLUNISTA DA RÁDIO CBN | CBN PROFISSIONAL DO FUTURO
(11) 98560 7271 | LUIS@INOVACONSULTING.COM.BR

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3 ✔

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4 ✔

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5 ✔

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 4/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3 ✔

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4 ✔

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5 ✔

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 4/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

direto ao
PONTO

12 chaves para o futuro de negócios

Três conjuntos de tendências – tecnológicas, de relacionamento e de humanização – devem moldar as empresas no período de 2016 a 2025

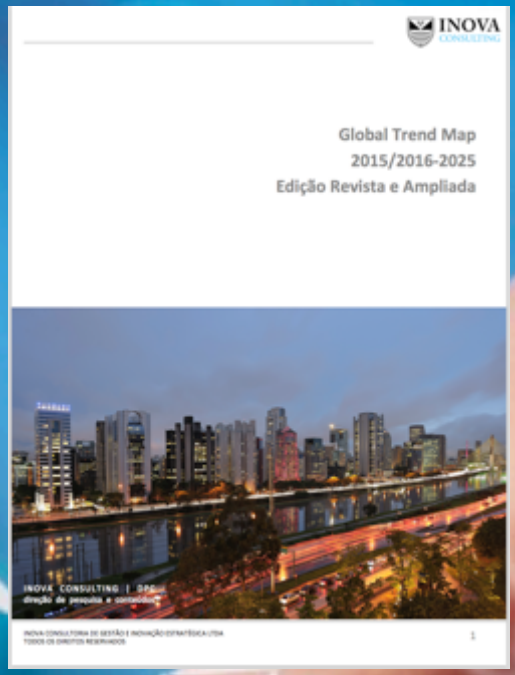
Luís Rasquilha
é CEO da Inova Consulting e da Inova Business School, professor da FIA-USP e do Ivouga, de Portugal, e escreveu 20 livros técnicos sobre marketing, comunicação, tendências e inovação.

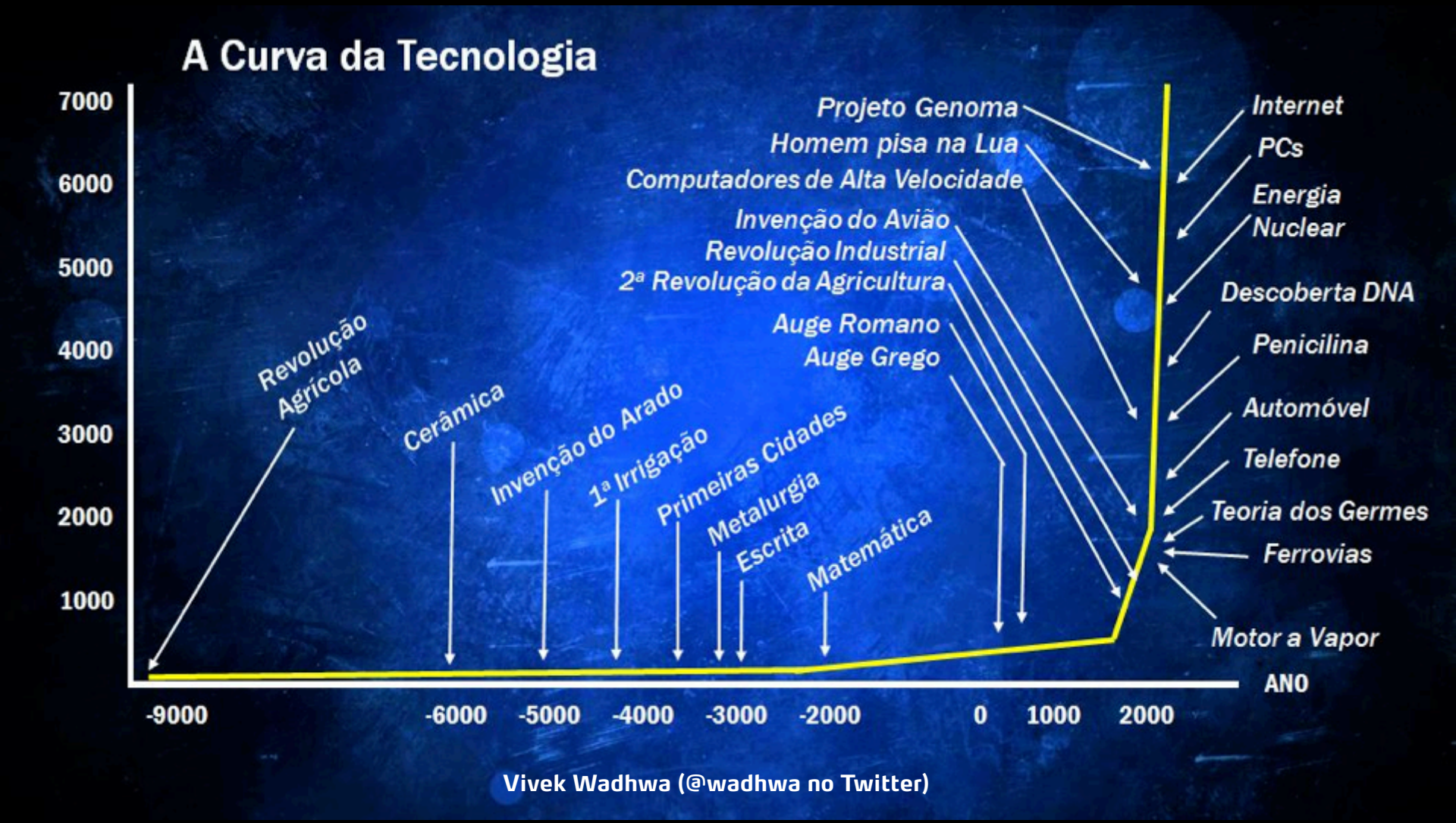
Imagine um corredor com várias portas. É o futuro que estamos desenhando no presente para nossas empresas, futuro esse que, nos últimos 15 anos, começou a ser seriamente investigado por professores, gestores, empreendedores, palestrantes, consultores, bloggers, jornalistas, designers, marketeers, na forma de identificação de tendências.

Cada porta está trancada hoje e precisa de uma chave para ser aberta. Identificamos no estudo da Inova 12 portas do período 2016-2025, que precisam ser abertas por todas as empresas que querem se preparar para o futuro.

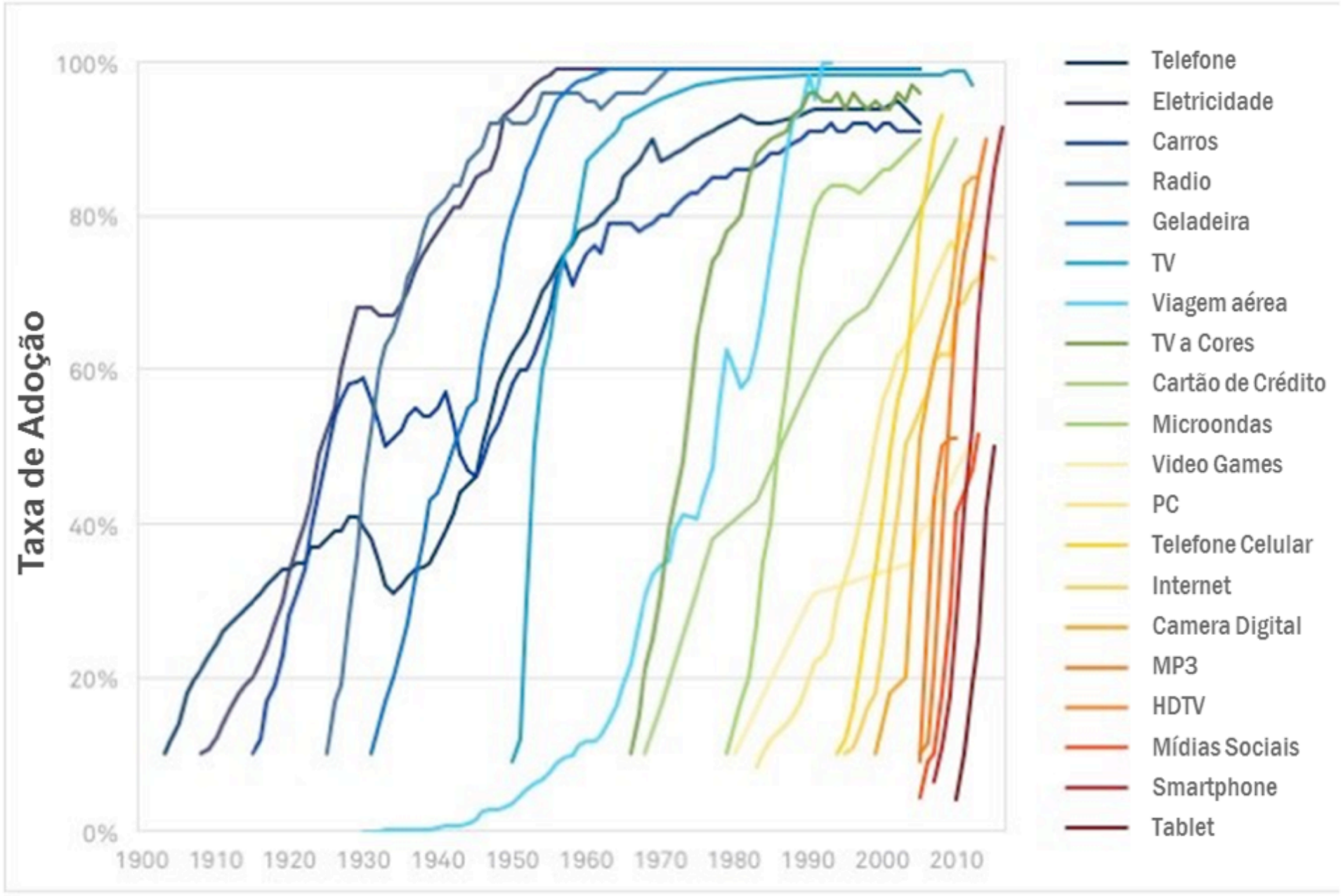
São 12 tendências de negócios que, devidamente analisadas e trabalhadas, podem permitir aos executivos tanto a adaptação e antecipação ao futuro como a inovação bem-sucedida que o construirá.

A seguir, relaciono as 12. As quatro primeiras tendências resultam da crescente importância da tecnologia nos negócios; a 5, 6, 7 e 8 derivam de mudanças no relacionamento com clientes, parceiros e demais agentes da cadeia de valor; as quatro últimas são focadas no colaborador e na forma de desenvolver o trabalho.





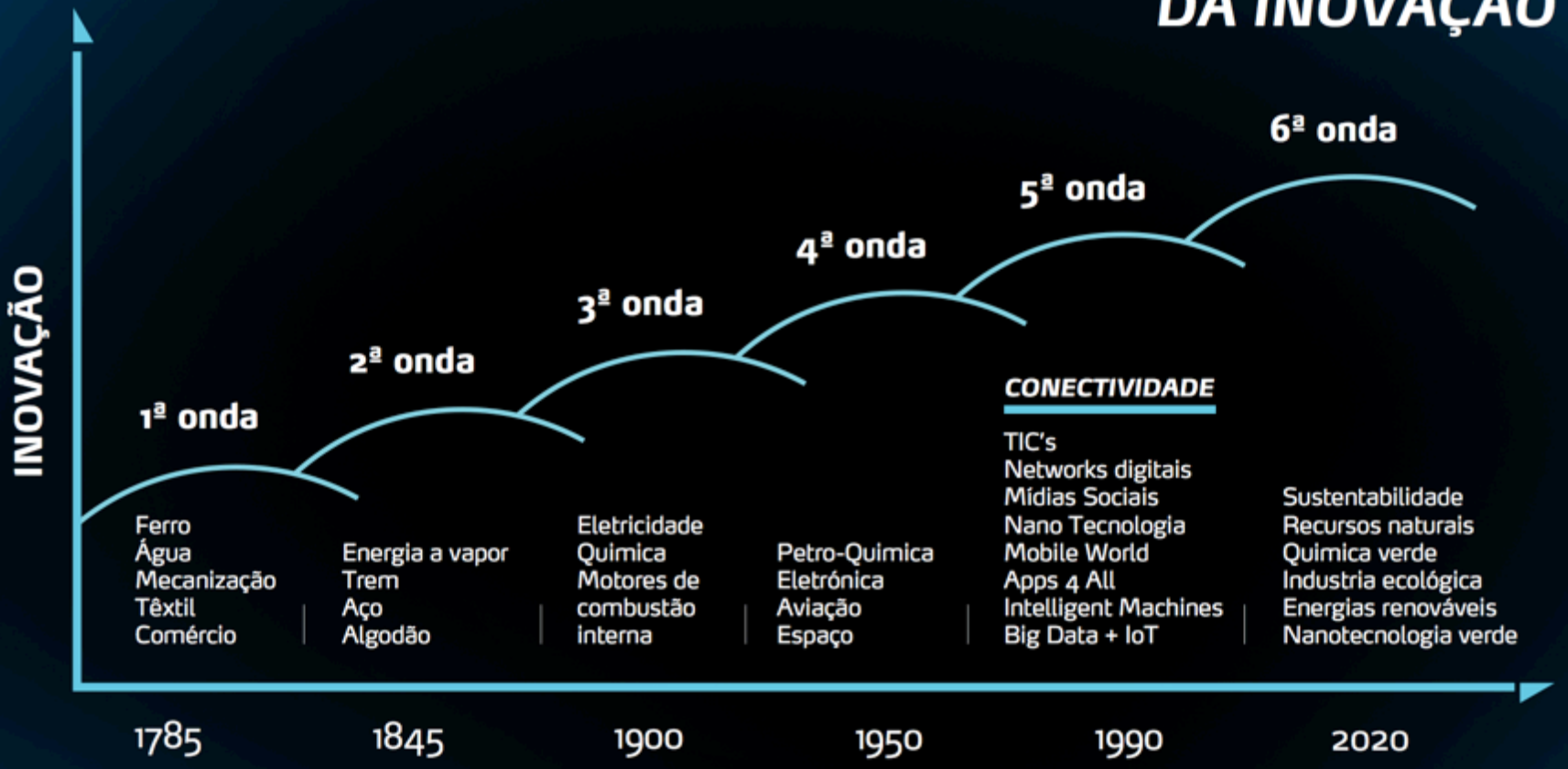
Vivek Wadhwa (@wadhwa no Twitter)



Source: Asymco

BLACKROCK®

AS ONDAS DA INOVAÇÃO



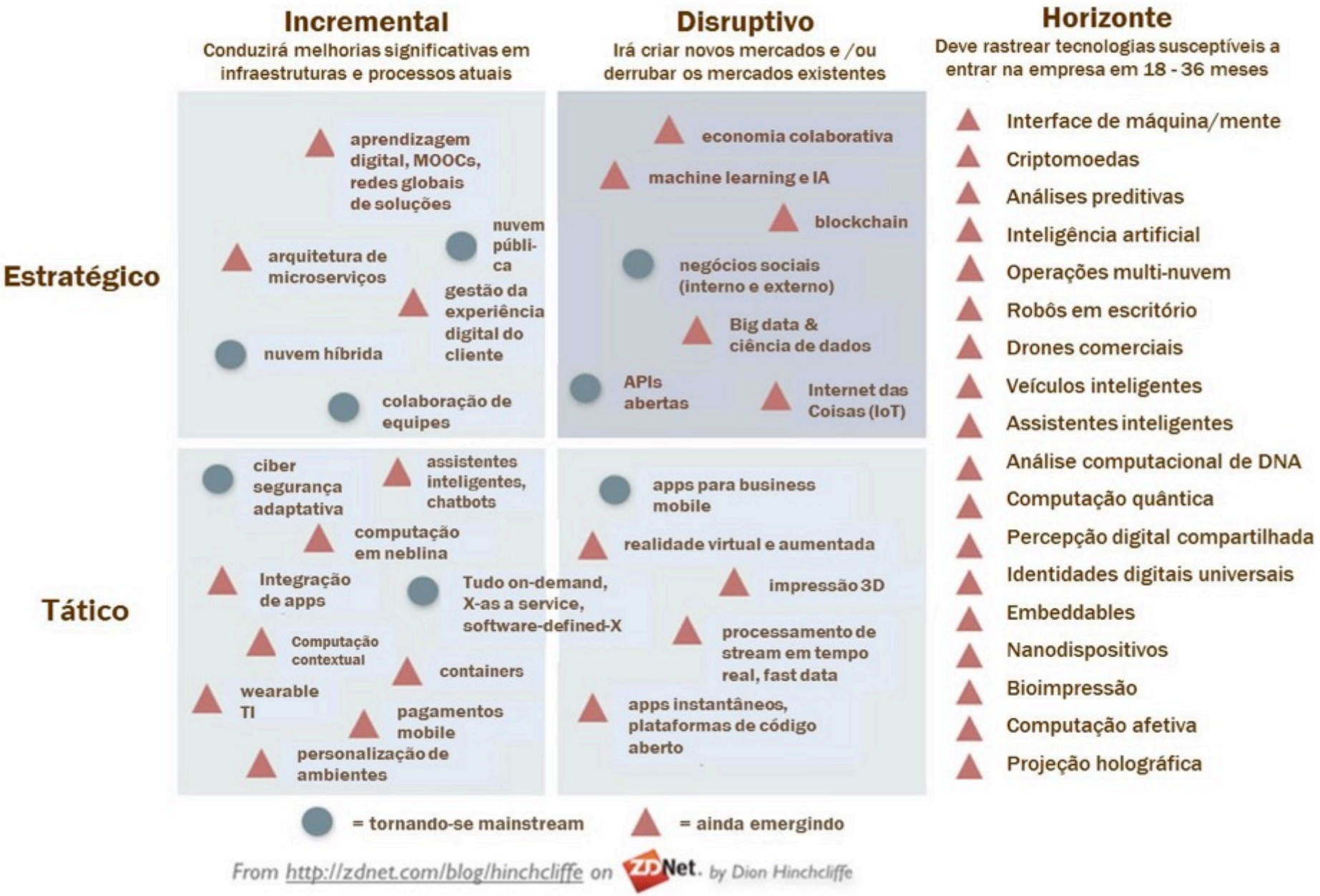
Fonte: © The Natural Edge Project
Adaptação: INOVA CONSULTING + BUSINESS SCHOOL

2016 O QUE ACONTECE EM UM MINUTO NA INTERNET?

(by EXCELACOM)

- **facebook** — 701,389 *logins*
- **twitter** — 347,222 novos *tweets*
- **YouTube** — 20,78 milhões de *views*
- **LinkedIn** — 120+ novas contas
- **tinder** — 972,222 *swipes*
- **WhatsApp** — 20,8+ milhões de mensagens
- **Google** — 2,4 milhões de pesquisas
- **NETFLIX** — 69,444 horas vistas
- **Spotify** — 38,052 horas de música escutada
- **amazon** — $ 204,596 em vendas
- **Instagram** — 38,194 *posts*
- **UBER** — 1,389 viagens

Tecnologias de próxima geração para empresas em 2016



From http://zdnet.com/blog/hinchcliffe on ZDNet. by Dion Hinchcliffe

A GRANDE TRANSFOMRAÇÃO
4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

2018	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
• Cloud & storage massificados	• Robótica • Inteligência artificial IA	• Internet das coisas IoT • Wearables • Impressão 3D na indústria	• Tecnologias implantáveis • Big data nas decisões • Realidade aumentada • Presença digital • Supercomputador portátil • Regulamentação crescente do digital	• Computação quântica • Casas e carros conectados • Impressão 3D na medicina • Materiais transformáveis • Visão: o novo interface de conexão	• Economia do compartilhamento • Impressão 3D no varejo • Humanos nos serviços vs robots na indústria	• Carros autônomos • Cidades inteligentes	• Moedas digitais, bitcoins e blockchains • Singularidade: fusão homem-máquina

WORLD ECONOMIC FORUM
COMMITTED TO IMPROVING THE STATE OF THE WORLD

Adapt: Inova Consulting

OS INIMIGOS ESTÃO NA SOMBRA
E SÃO, APARENTEMENTE,
INVISIVEIS

BARSA	x	WIKIPEDIA
BLOCKBUSTER	x	NETFLIX
HILTON	x	AIRBNB
COOPER.TAXI	x	UBER
TOM TOM	x	WAZE
VIVO	x	WPP
FAST SHOP	x	ALIBABA
LEROY MERLIN	x	LIGHT IN THE BOX
GLOBO	x	YOUTUBE
HIGH SCHOOL	x	KHAN ACADEMY

ELE(S) X VOCÊ

VELOCIDADE A QUE DOBRA O CONHECIMENTO HUMANO

1900 – 100 ANOS

1945 – 25 ANOS

2014– 13 MESES

2020– 12 HORAS

50 MILHÕES
DE PESSOAS

75 ANOS

38 ANOS

13 ANOS

4 ANOS

3 ANOS

2 ANOS

35 DIAS

LINEAR

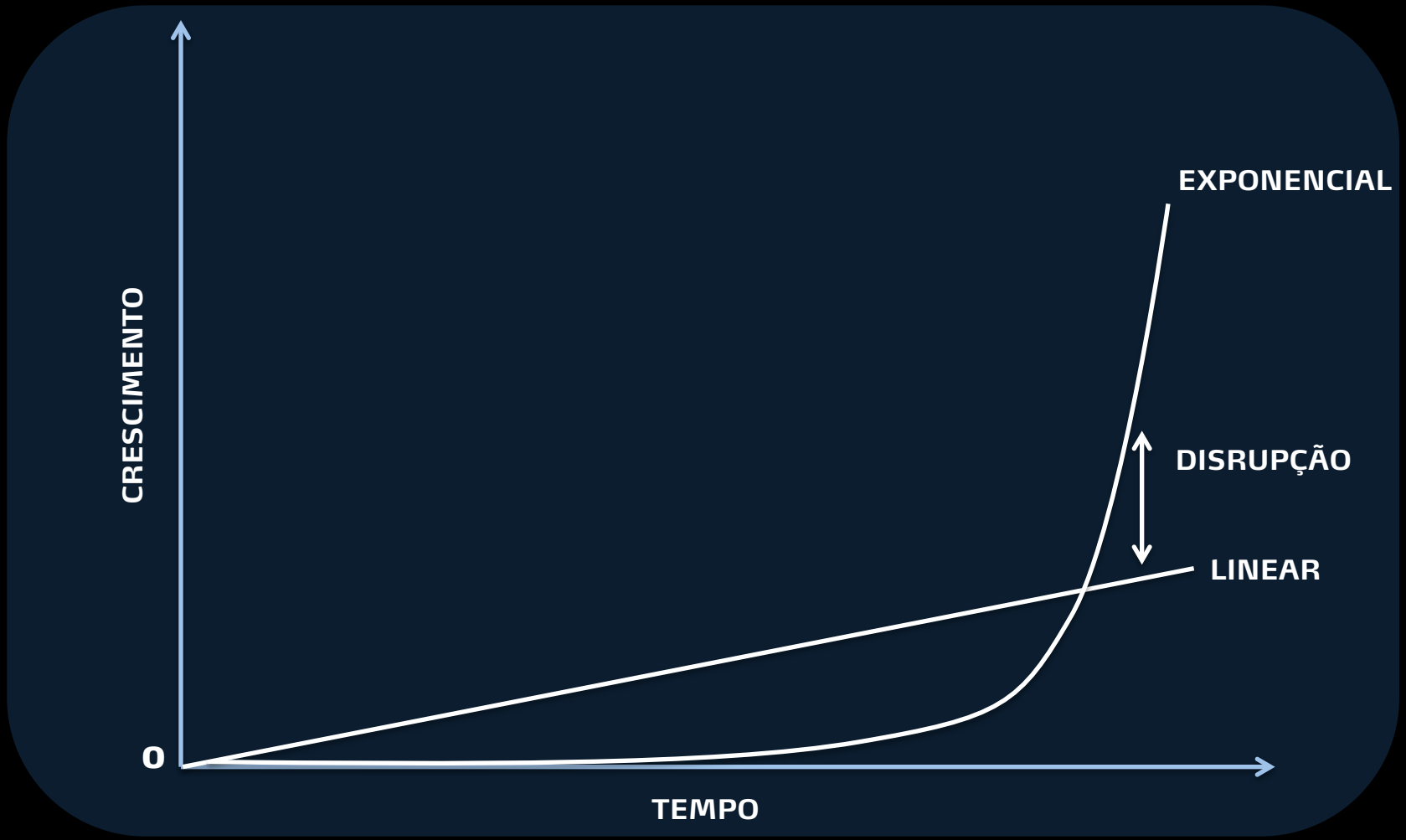
EXPONENCIAL

ultrad.com.br

PREVÊ-SE QUE, NOS PRÓXIMOS 10 ANOS, 40% DAS EMPRESAS NA LISTA DA '*FUTURE 500 COMPANIES*' NÃO EXISTIRÃO MAIS

** BABSON OLIN SCHOOL OF BUSINESS, FAST COMPANY APRIL 2011, PAGE 121*

LINEAR → EXPONENCIAL



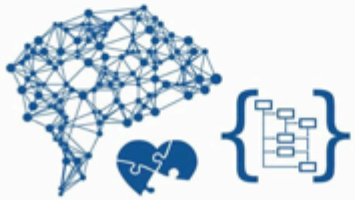
** EXPONENTIAL ORGANIZATIONS, SALIM ISMAIL, A SINGULARITY UNIVERSITY BOOK*

	CUSTO (MÉDIO) PARA FUNCIONALIDADES EQUIVALENTES	ESCALA
IMPRESSÃO 3D	$40K (2007) - $100 (2K14)	400x 7Y
ROBÓTICA INDUSTRIAL	$500K (2008) - $22K (2K13)	23x 5Y
DRONES	$100K (2007) - $700 (2K13)	142x 6Y
ENERGIA SOLAR	$30 KW (1984) – $0,16 KW (2K14)	200x 20Y
SENSORES 3D	$20K (2009) - $79 (2014)	250x 5Y
BIOTECH (SEQUENCIAÇÃO DE DNA DO CORPO HUMANO)	$10KM (2007) - $1K (2K14)	10Kx 7Y
NEUROTECNOLOGIA	$4K (2006) - $90 (2K11)	44x 7Y
SCAN COMPLETO DO CORPO HUMANO	$10K (2000) - $500 (2K14)	20x 14Y

** EXPONENTIAL ORGANIZATIONS, SALIM ISMAIL, A SINGULARITY UNIVERSITY BOOK*

10 top habilidades

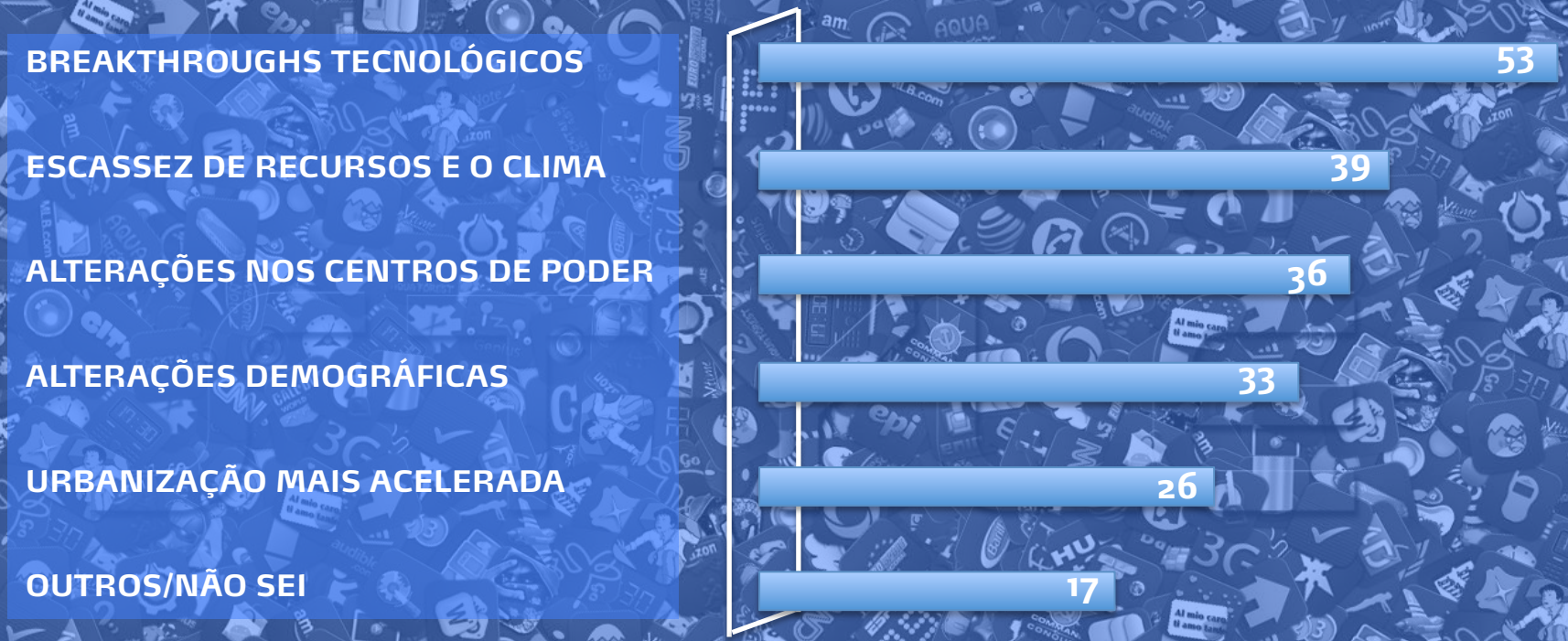
em 2020	em 2015
1. Solução de Problemas Complexos	1. Solução de Problemas Complexos
2. Pensamento Crítico	2. Relacionamento com os Outros
3. Criatividade	3. Gestão de Pessoas
4. Gestão de Pessoas	4. Pensamento Crítico
5. Empatia com os Outros	5. Negociação
6. Inteligência Emocional	6. Controle de Qualidade
7. Bom senso e Tomada de Decisão	7. Orientação para Serviços
8. Orientação para Serviços	8. Bom senso e Tomada de Decisão
9. Negociação	9. Escuta Ativa
10. Flexibilidade Cognitiva	10. Criatividade



Fonte: Relatório "Future of Jobs", World Economic Forum

pwc *The future of work*
A journey to 2022

O que mais vai afetar o trabalho nos próximos 5-10 anos? (% de respostas múltiplas) – PWC/The Future of Work 2014



1. Saber gerir a complexidade e a ambiguidade será o fator de maior impacto na forma como trabalharemos nos próximos 10 anos

2. Os ciclos de aprendizagem serão mais curtos e cada vez mais importantes para a sobrevivência e para o sucesso

Os 3 mundos do trabalho futuro

Os 3 mundos do trabalho

ORANGE WORLD

"Small is Beautiful"

Desmembramento de empresas em ecossistemas e redes colaborativas de pequenas organizações; A especialização predomina e domina o mundo económico.

GREEN WORLD

"Companies care"

A Responsabilidade social é o tópico mais importante na agenda corporativa. Sustentabilidade, movimentos demográficos e climáticos são os principais drivers de negócios.

BLUE WORLD

"Corporate is king"

O Capitalismo Corporativo domina e o foco é em resultados em grande escala. Objetivos individuais de curto e médio prazo são mais fortes do que as necessidades e conceitos da responsabilidade social.

PWC Estudo quantitativo com amostra de 10.000 pessoas nos EUA, China, Índia, Alemanha e Reino Unido

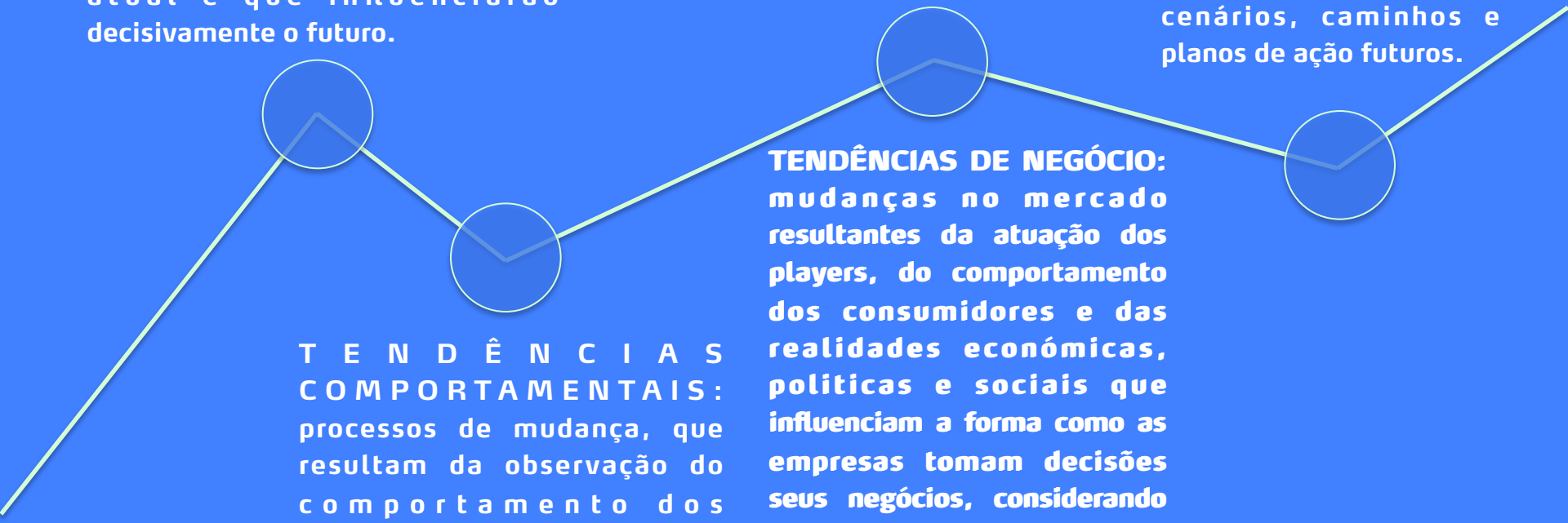
© 2006 Joel Faber

TENDÊNCIA(S)

MUDANÇAS E ALTERAÇÕES COM CAPACIDADE DE INFLUENCIAR AS DINÂMICAS DOS NEGÓCIOS E O COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES.

MEGA TENDÊNCIAS: movimentos e mudanças em termos sociais, económicos, políticos e tecnológicos, que se manifestam de forma consistente na realidade atual e que influenciarão decisivamente o futuro.

INSIGHTS: articulações estratégicas resultantes das tendências que permitem a tomada de decisão empresarial sobre cenários, caminhos e planos de ação futuros.



TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS: processos de mudança, que resultam da observação do comportamento dos consumidores e que origina a criação e o desenvolvimento de novas ideias: de negócio, de produto ou serviço, de marca ou de ação.

TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO: mudanças no mercado resultantes da atuação dos players, do comportamento dos consumidores e das realidades económicas, politicas e sociais que influenciam a forma como as empresas tomam decisões seus negócios, considerando áreas de atuação e apostas estratégicas para o futuro.

AS 12 BUSINESS TRENDS

TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO: mudanças no mercado resultantes da atuação dos players, do comportamento dos consumidores e das realidades económicas, politicas e sociais que influenciam a forma como as empresas tomam decisões seus negócios, considerando áreas de atuação e apostas estratégicas para o futuro.

direto ao PONTO

12 chaves para o futuro de negócios

Três conjuntos de tendências – tecnológicas, de relacionamento e de humanização – devem moldar as empresas no período de 2016 a 2025

Luis Rasquilha
é CEO da Inova Consulting e da Inova Business School, professor da FIA-USP e do Isvouga, de Portugal, e escreveu 20 livros técnicos sobre marketing, comunicação, tendências e inovação.

Imagine um corredor com várias portas. É o futuro que estamos desenhando no presente para nossas empresas, futuro esse que, nos últimos 15 anos, começou a ser seriamente investigado por professores, gestores, empreendedores, palestrantes, consultores, bloggers, jornalistas, designers, marketeers, na forma de identificação de tendências.

Cada porta está trancada hoje e precisa de uma chave para ser aberta. Identificamos no estudo da Inova 12 portas do período 2016-2025, que precisam ser abertas por todas as empresas que querem se preparar para o futuro.

São 12 tendências de negócios que, devidamente analisadas e trabalhadas, podem permitir aos executivos tanto a adaptação e antecipação ao futuro como a inovação bem-sucedida que o construirá.

A seguir, relaciono as 12. As quatro primeiras tendências resultam da crescente importância da tecnologia nos negócios; a 5, 6, 7 e 8 derivam de mudanças no relacionamento com clientes, parceiros e demais agentes da cadeia de valor; as quatro últimas são focadas no colaborador e na forma de desenvolver o trabalho.

REVISTA HSM MANAGEMENT ABRIL 2016

TECNOLOGIA DE IMPACTO

A tecnologia é um meio a serviço da melhoria transversal das empresas, dos negócios, da sociedade e da vida das pessoas, para que todos possam ganhar com isso, a médio e longo prazos.

Oportunidade:
Aplicar o nosso conhecimento para a criação, facilitação e implementação destas tecnologias, com conteúdo relevante para clientes e para a sociedade.

BIG DATA

Usar dados e ferramentas para antever as melhores formas de gerir recursos – naturais, econômicos e financeiros a nível nacional, regional ou até pessoal.

Oportunidade:
Aproveitar a elevada disponibilidade de informação para gerar conhecimento ativo e aplicável no fortalecimento das relações com clientes e na melhor gestão de recursos.

ONLINE = OFFLINE

Os mundos virtual e real unem-se em uma só realidade, acessível e disponível em qualquer lugar a qualquer hora.

Oportunidade:
Maximizar a facilidade e segurança de acesso, de forma permanente e flexível aproximando empresa e clientes.

OMNI CANAL

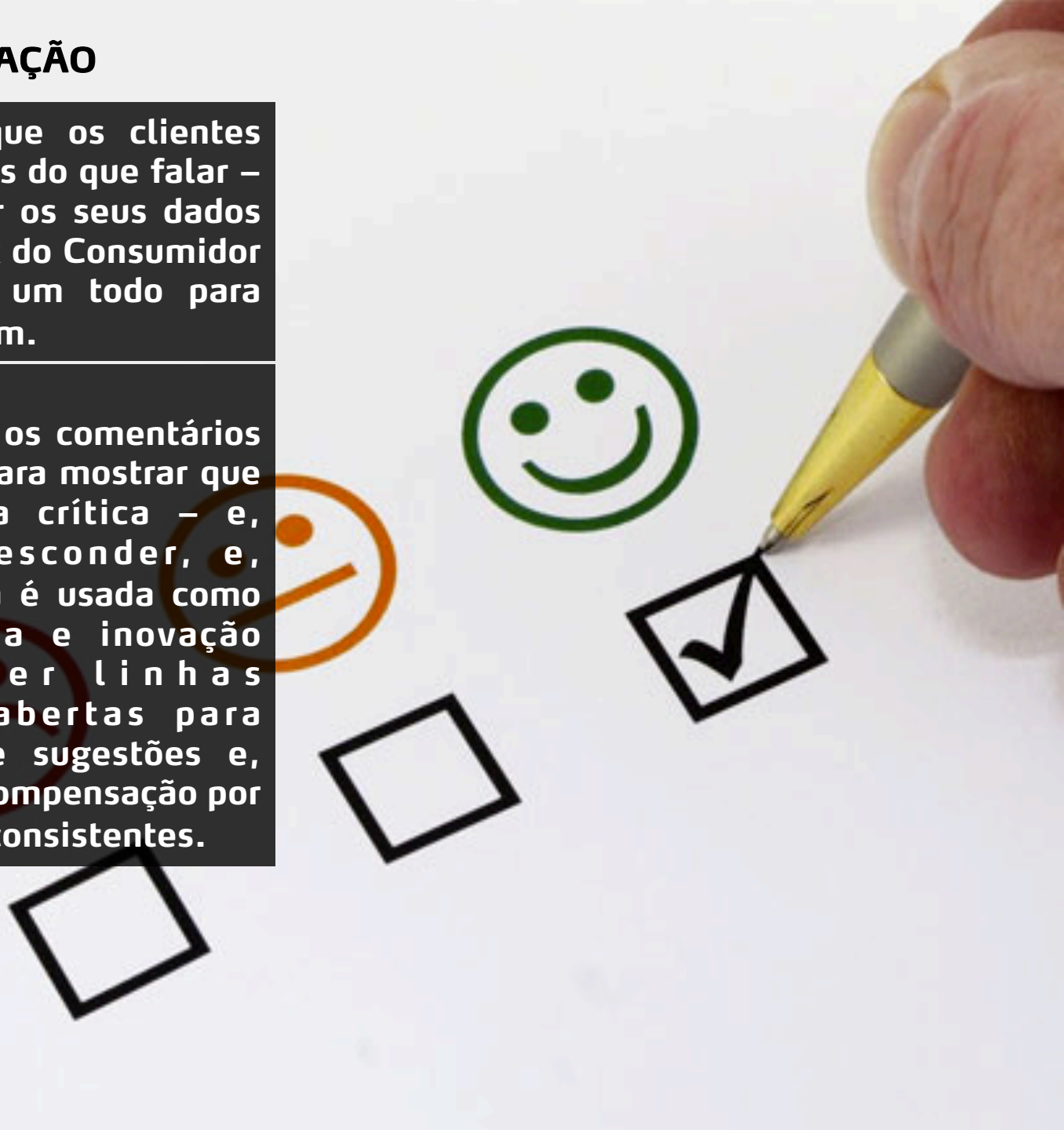
A evolução do varejo tradicional, passando pelo e-commerce assume agora uma visão totalmente integrada e experiencial, atuando em todas as vertentes da relação e da presença online e offline onde e quando o cliente pretender.

Oportunidade:
Os avanços tecnológicos permitem cada vez mais um maior conhecimento dos mercados e dos clientes, mas também das suas necessidades e lugares preferidos de busca e compra. Estar onde o cliente está será cada vez mais critico na decisão de compra.

ECONOMIA DA REPUTAÇÃO

As empresas são os que os clientes dizem que elas são. Mais do que falar – fazer e comprovar. Usar os seus dados mas também o feedback do Consumidor e da Sociedade como um todo para melhorar marca e imagem.

Oportunidade:
Usar permanentemente os comentários e críticas dos Clientes para mostrar que não se tem medo da crítica – e, portanto, nada a esconder, e, principalmente, que ela é usada como elemento de melhoria e inovação permanente. Ter linhas permanentemente abertas para comentários, críticas e sugestões e, também, processos de compensação por erros e falhas rápidos e consistentes.



CUSTOMIZAÇÃO RADICAL

O permitir a personalização – parcial ou até total – de produtos e serviços como resposta à homogeneização da industrialização e tecnologia melhora a relação e a exclusividade.

Oportunidade:
Entender o Cliente – pelas ferramentas online e offline disponíveis e pelo feedback de vendas e gerir de forma permanente as expectativas que contemplem a possibilidade de personalização total ou parcial de produtos e serviços segundo perfis e retorno. Oferecer as possibilidades de adaptação/personalização de forma proativa, sempre que possível, para demonstrar que existe um Programa de Gestão de Expectativas que não espera o Cliente pedir o que é melhor para ele.

MARKETING EM TEMPO REAL

A atuação de Marketing e Vendas precisa cada vez mais de monitoramento e informação que permita às empresas agirem em tempo real na apresentação e/ou comprovação de oportunidades para os seus Clientes e antecipação a movimentos da concorrência.

Oportunidade:
Os clientes esperam uma ação imediata – e preferencialmente proativa – dos seus parceiros, o que exige um elevado conhecimento de suas necessidades e expectativas. Isto exige uma atuação constante ao nível da coleta, análise a aplicação permanente de informação relevante sobre eles (Big Data em ação), permitindo construir conteúdos (Content Marketing) para assegurar a relevância.

Com o aumento da concorrência e a crescente dificuldade de fidelização de clientes a relação proactiva, antecipando as necessidades do cliente e atuando de forma personalizada assume-se como fator critico de sucesso.

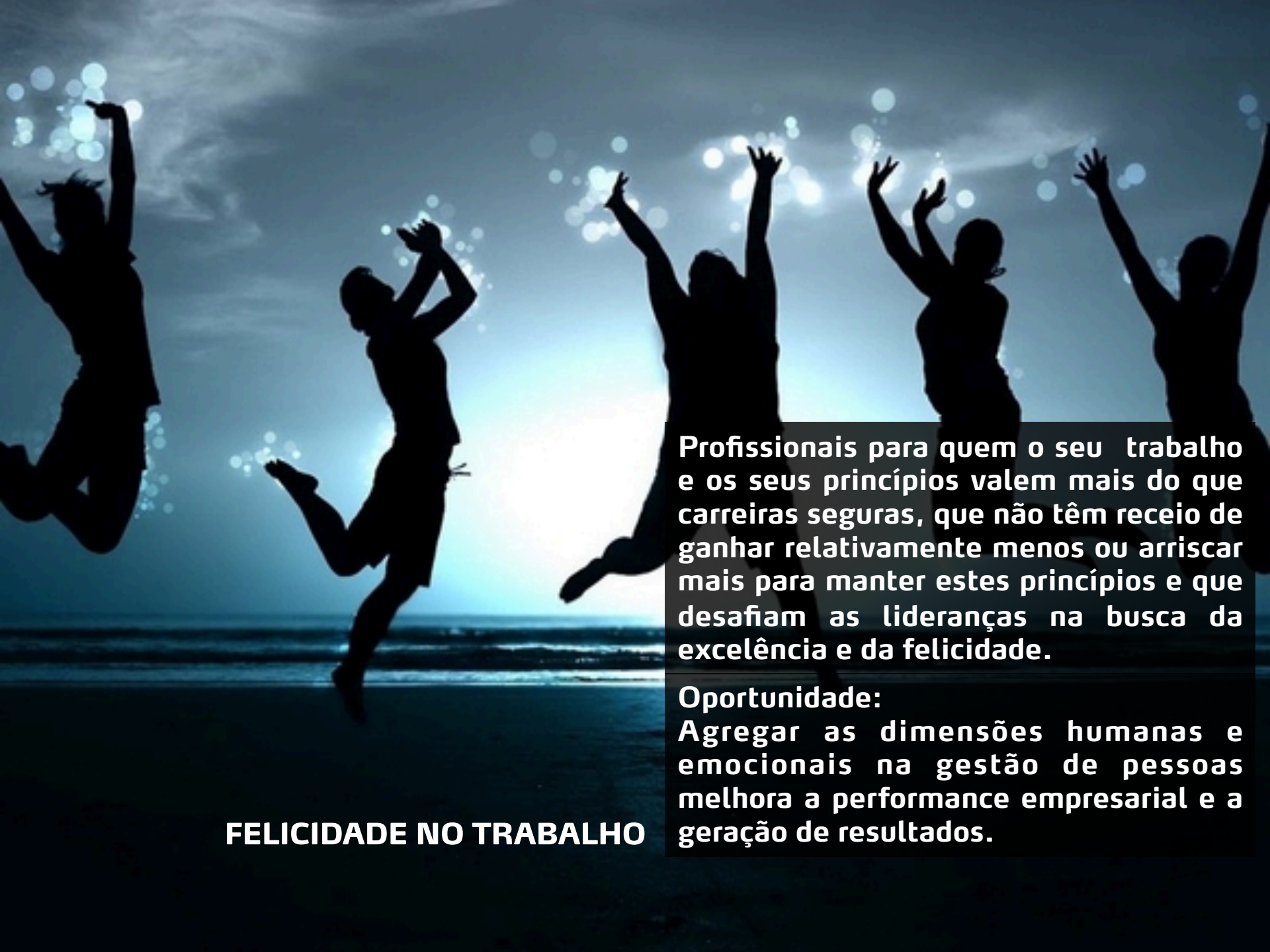
Oportunidade:
Aproveitar a disponibilidade da informação (Big Data), o crescimento da onda tecnológica e a exposição dos clientes para conhecê-los melhor, mapear os pontos de contato e definir estratégias corretas de abordagem personalizada e proativa.

RELACIONAMENTO PROATIVO

SOLUÇÕES URBANAS

As cidades são onde a maior parte da população mundial vive o que está gerando problemas de segurança, mobilidade, poluição, etc., obrigando todos a esforços para melhorar a vida nelas.

Oportunidade:
Atuar nas cidades facilitando a vida de quem vive “engarrafado”, preservando e (re)vitalizando centros e pontos de interesse, cultura e lazer, reduzindo poluição, criminalidade e violência e evitando/revertendo favelização e desinserção social aumenta a estima, a consideração e a notoriedade de quem o faça.



FELICIDADE NO TRABALHO

Profissionais para quem o seu trabalho e os seus princípios valem mais do que carreiras seguras, que não têm receio de ganhar relativamente menos ou arriscar mais para manter estes princípios e que desafiam as lideranças na busca da excelência e da felicidade.

Oportunidade:
Agregar as dimensões humanas e emocionais na gestão de pessoas melhora a performance empresarial e a geração de resultados.

LIDERANÇA PARTILHADA

Sistemas hierárquicos tradicionais estão perdendo espaço para modelos de empresa mais flexíveis, participativos e focados em exposição, engajamento e co-criação, colaboração e competição.

Oportunidade:
Cada vez mais a retenção do talento humano está na ordem do dia nas empresas. Mais do que reter pessoas é necessário engajá-las e motivá-las para novos desafios e novas metas, nunca antes alcançadas. A liderança assume um papel de mentoring e orientação colaborativa, abandonando as visões puramente top-down e impositivas.

ESCRITÓRIO FLEXÍVEL

O “trabalho à distância” tem cada vez mais peso, permitindo maior mobilidade e capacidade de entrega a clientes.

Oportunidade:
Gerir projetos e não horários permite maior engajamento de colaboradores e maior eficácia produtiva.

TECH

RELAÇÃO

HUMANIZAÇÃO

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 4/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

www.inovaconsulting.com.br/downloads

As 12 Business Trends
LUIS RASQUILHA | 13 JUNHO 2016

OBRIGADO

LUÍS RASQUILHA

+55 (11) 98560 7271 | Skype: lrasquilha | luis@inovaconsulting.com.br | www.inovaconsulting.com.br

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA | Av. Paulista 1765 7. andar, conj 72CV: 7833 | 01311-200, São Paulo – Brasil
Tel.: +55 (11) 3075-2866 | www.inovaconsulting.com.br

INOVA CONSULTING

Ciclo de Palestras 2016

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

cubo coworking Itaú

PALESTRA
As 12 Business Trends

INOVA CONSULTING

cubo coworking Itaú

CUBO NETWORK
SÃO PAULO – 13 de Junho – 19h00