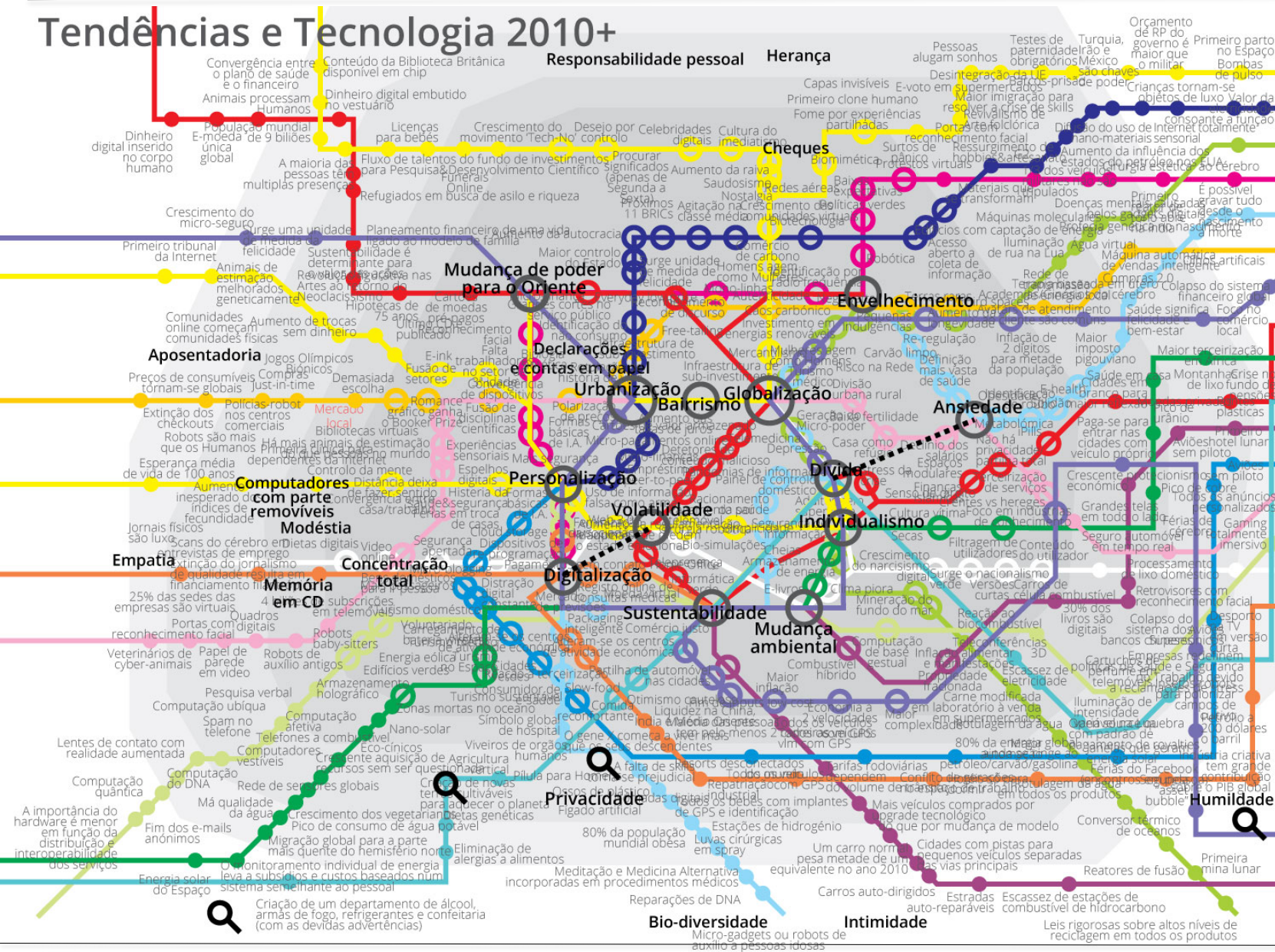


Tendências e Tecnologia 2010+

FUTUREWISE

The Next 50 Years

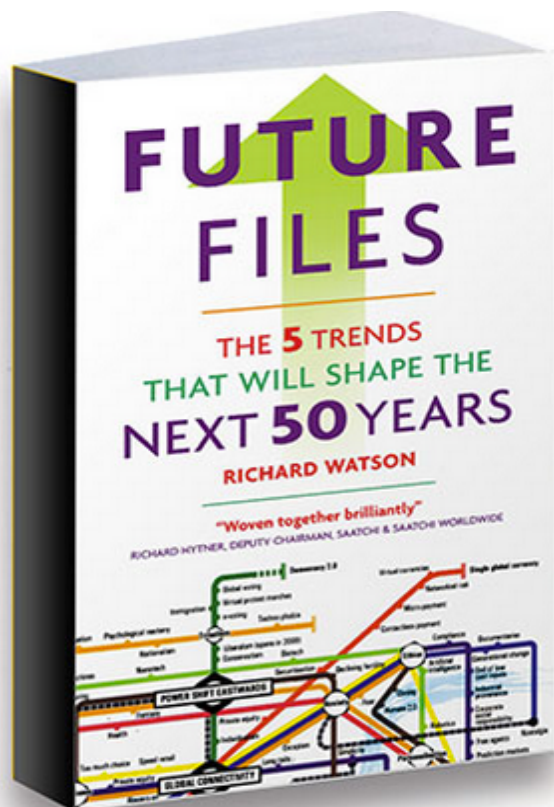


A INOVA CONSULTING é uma empresa global, com matriz no Brasil e presença na Europa e EUA, que atua na consultoria e treinamento de futuro, tendências e inovação estratégica para a gestão. Através do conhecimento dos cenários, das megatendências, das tendências comportamentais, das tendências de negócio e dos benchmarks de mercado, produzem-se Insights aplicáveis aos negócios, com dna inovador e forte orientação ao futuro.

A INOVA CONSULTING possui experiência de consultoria e treinamento de futuro, tendências e inovação para as seguintes áreas de negócio: hotelaria, turismo, jóias, tecnologia, ensino, varejo e ponto de venda, telecomunicações, ótica, banco, fitness, financeira, seguros, indústria, construção, conteúdos, comunicação, e-commerce, tecnologia, automóvel, bens de consumo, combustíveis e lubrificantes, saúde e bem estar, farmacêutica, transportes, alimentação e bebidas, TV a cabo, conteúdos, mídia, entretenimento.

Para mais informações visite www.inovaconsulting.com.br

Future Files: The 5 trends that will shape the next 50 years by Richard Watson



As pessoas reagem e memorizam de forma mais eficaz quando a informação é transmitida a partir de imagens – memória visual – a um curto espaço de tempo. Para tal, *Richard Watson* apresenta em forma de mapa, baseado nas linhas do metro de Londres, as cinco megatendências mais significativas no que concerne à mudança global, que irão emergir nos próximos 50 anos. No entanto, é difícil estabelecer de forma precisa apenas cinco megatendências, dada a diversificação sucessiva do tecido industrial, das culturas e das histórias regionais que despertam diferentes níveis de oportunidades. Ainda assim, é mais exequível fazer uma previsão de um futuro mais distante, de modo a poder evitar incorreções, através da observação do período de mudança e de transformação dos hábitos e comportamentos das sociedades.

As cinco megatendências para os próximos 50 anos e que apresentam um impacto global, independentemente da localização são: o Envelhecimento, a Conectividade Global, as Tecnologias GRIN (Genética, Robótica, Internet e Nanotecnologia), o Ambiente, e o Poder de Mudança do Leste.

Tendências no campo social:

Globalização (ou Americanização) – A globalização caracteriza-se por expor as pessoas, os produtos e as ideias de forma global, o que poderá provocar um grande impacto ao nível da procura de produtos, de serviços e ainda da expansão do mercado das oportunidades, sugerindo uma forte e acelerada mobilidade e ligação, sobretudo devido à emergência e progresso das novas tecnologias.

Localização – As pessoas denotam uma ligeira tendência de recusa à homogeneidade entre si, criando um conceito de tribos, enquanto forma de proteção das economias e por conseguinte de centralização das mesmas.

Polarização – Algumas pessoas poderão aceitar a introdução das novas tecnologias melhor que outras, que irão rejeitá-la, pelo que o mercado industrial estará dividido entre o luxo e as opções de baixo custo. Assim, poderá verificar-se em várias economias o desaparecimento da classe média económica, dando lugar apenas à exigência de duas classes a alta e a baixa.

Ansiedade – Observa-se um crescente aceleração do ritmo de vida das sociedades, provocando nas pessoas um nível elevado de ansiedade e stress, que poderão ter repercussões no estilo de vida das pessoas no futuro.

Procura de significado – As sociedades necessitam cada vez mais de uma procura constante de uma razão para tudo, destruindo o sentido de existência de filosofias de vida como a religião, passando a ciência exacta a representá-la à medida que se vai descobrindo mais acerca do universo.

Nas sociedades já se começa a observar um crescente nível de individualismo entre as pessoas, pois estas começam a focar a sua atenção em si próprias. Apesar das transformações das relações mediadas pela Internet, estas tendem a procurar um espaço isolado, enaltecendo valores como o narcisismo e egoísmo no mundo.

No Japão, é possível verificar um fenómeno social de isolamento dos jovens entre os vinte anos – *hikikomori* – que jogam videojogos e vêm televisão de forma excessiva, devido à ausência dos pais e elevada proteção das mães. Nos EUA, 25% das crianças com mais de dois anos de idade gastam vinte horas por semana a ver televisão nos quartos e apenas trinta e oito minutos a falar com os seus pais.

Alguns factores apresentados como justificação para este fenómeno de isolamento é a crescente urbanização e individualismo das sociedades. Em 2006, o número de casas para pessoas singulares equivalia a 25% das casas no Reino Unido, em 2020 é possível que este número cresça em 30%, tendo em conta o casamento tardio e a facilidade do processo de divórcio, bem como a redução da taxa de natalidade e o elevado envelhecimento das sociedades, o que poderá traduzir-se num decréscimo da população mundial no ano de 2050. Há vinte anos atrás, as pessoas procuravam sair para fora dos grandes centros urbanos, mas agora tem-se verificado um “efeito boomerang” de migração, e os jovens estão a voltar para as cidades como Nova Iorque e Londres porque são estes os grandes centros onde tudo acontece. No entanto, esta mudança não se verifica meramente nas cidades mas também nos centros rurais, onde os comportamentos e atitudes já não são o que eram. As pessoas que vivem nas áreas metropolitanas tendem para uma maior aceitação e desenvolvimento de processos de inovação, enquanto as pessoas dos meios rurais se demonstram mais conservadoras em relação às inovações.

Nos próximos 50 anos, as relações humanas serão em grande parte mediadas pela Internet, o que se traduzirá numa instabilidade emocional entre as pessoas, dadas as mutações céleres e exponenciais das tecnologias.

O real é cada vez menos distinto do virtual, tal como acontece no “The Matrix”. As relações tendem a tornar-se social e emocionalmente inaptas, criadas, consumidas e terminadas virtualmente, tornando-se assim mais superficiais e flexíveis. Enquanto há cem anos atrás, havia muito pouco para deixar no mundo após a morte, por ventura algumas cartas e desenhos. Cinquenta anos depois, eventualmente algumas fotografias. Atualmente, é possível verificar uma imortalidade virtual, através dos registos de ficheiros de som, imagem e texto (e-mails, fotografias e músicas), que poderão estar alojados em dispositivos electrónicos desde celulares a computadores ou nas redes de internet como as redes sociais.

A privacidade passará à história. Desta forma, nas próximas décadas, as pessoas chegarão a pagar pelo seu desaparecimento, devido ao nível excessivo de vigilância electrónica, especialmente os mais jovens que utilizam de forma recorrente e excessiva uma multiplicidade de dispositivos electrónicos desde cartões de crédito a identidades (avatars) na internet.

Tendências no campo da ciência e tecnologia:

Nanotecnologia – A tecnologia do novo milénio que irá afectar todo o segmento industrial desde a aeroespacial à medicina.

Biotecnologia – A clonagem é um momento marcante da biotecnologia. Mediante o progresso desta ciência também os humanos poderão ser geneticamente manipulados, num futuro próximo.

Máquinas emocionalmente conscientes - No ano de 2025, a inteligência artificial será uma realidade, pelo que em 2050 existirão duas espécies extremamente inteligentes no mundo: o Homem e a máquina. As máquinas poderão adaptar as suas funções ao estado de espírito dos seus utilizadores. Contudo, têm-se levantado questões bastantes polémicas no que concerne à produção de máquinas mais inteligentes que o próprio Homem, devido ao desconhecimento do seu impacto e das suas consequências nas nossas vidas e no mundo.

Ética – A ciência e a tecnologia têm operado na sua maioria das vezes no campo político, no entanto prevê-se a aquisição de uma autonomia relativa do mesmo, tendo em conta a emergência de políticas direccionadas para outros campos como a economia. Pelo que o controlo governamental sobre quaisquer recentes inovações será reduzido e inapropriado.

Robótica – A distribuição e produção das tecnologias apresentarão custos mais reduzidos e mais acessíveis, tendo em conta a sua diversificação e massificação nas sociedades. Assim, prevê-se a criação de robots específicos para os ramos da doméstica, da indústria e do comércio. O que apenas se vivia nos filmes de ficção científica está prestes a acontecer no futuro. No Japão, Hiroshi Ishiguro, criou um androide com bastantes semelhanças ao ser humano, considerando o interface humano fundamental para a promoção e estímulo da comunicação. Porém, a produção de um bit emocional nos robots corresponderá à imperfeição das suas funções, pois o óptimo dos mesmos é não pensarem mas sim fazerem aquilo que lhes foi atribuído aquando da sua criação.

A História da civilização humana é caracterizada por muitos como a história da tecnologia de uma espécie. O futuro será influenciado pelo progresso das sociedades no campo da ciência e da tecnologia, que estará associado a factores como a mudança climática ou a ameaça ao capitalismo, mas será essencialmente a tecnologia que irá ditar a mudança. Tudo o que é novo é brilhante, no entanto *Douglas Stater* defende que as coisas velhas só são assim designadas se forem boas, isto é, estão devidamente apropriadas à realização das suas funções.

Existe nas sociedades uma constante necessidade de informação. Estar informado requer uma elevada precisão de escolha e decisão. Muitos dos novos dispositivos só vieram tornar a vida das pessoas ainda mais complicada, apesar de parecer que ajudam a poupar tempo. As pessoas estão tão concentradas em ver tudo e fazer tudo que é difícil completarem com sucesso alguma coisa. A informação que outrora fora sinónimo de poder, é agora destronada, sendo cada vez mais importante captar e manter a atenção das pessoas. A tecnologia tem tido um papel fundamental na forma de transmissão da informação. No futuro as inovações irão mais longe, pois é a nossa relação com as máquinas que vai caracterizar o século XXI.

Tendências no campo da política:

Cidades–Estado – Verifica-se uma constante mobilidade de pessoas e profissões nas sociedades, pelo que este factor poderá ser importante na influência das políticas de defesa, de justiça e de economia, interpretando os interesses regionais e internacionais. As cidades denotam uma tendência acrescida de centralizarem no seu interior o poder económico e das ideias.

Tribalismo – Historicamente, as relações internacionais têm sido postas de parte entre os estados-nação, mas agora os conflitos emergem do seu interior, entre os grupos tribais, impulsionando o surgimento de micro-tendências que poderão ter um impacto superior às mega-tendências verificadas pelo mundo. A ideia secular de nação está sob ameaça do fenómeno de globalização e centralização das políticas regionais, que poderão ser reflectidas em sentimentos como a xenofobia e patriotismo.

Felicidade – Atualmente, o número de horas de trabalho está a aumentar bem como o nível de trabalho, visando uma melhor remuneração. Porém, há muito que se concluiu que dinheiro não é felicidade, e o equilíbrio entre a vida pessoal e a vida laboral é uma mera aspiração de muitos.

Mudança climática e o Ambiente – A ameaça às transformações do clima são uma realidade presente, no entanto a reação às mesmas não, pois as soluções prestadas não passam de formas superficiais e oportunistas. Estas transformações poderão danificar gravemente o mundo em que se vive, dando lugar a fenómenos naturais catastróficos, como a escassez de recursos básicos como a água. O aumento das temperaturas e do nível das águas são já uma ameaça para várias zonas do mundo, denotando profundas implicações na estabilidade mundial. Desta forma, é urgente proceder à alteração de determinadas políticas globais, desenvolvendo uma análise precisa dos recursos, incluindo as pessoas.

Falta de recursos – A destruição ambiental irá reflectir-se na emergência de conflitos mundiais e no aumento do nível de migração. O elevado custo do petróleo é um recurso chave para a redução do trânsito e emissão tóxica, que poderá despoletar inovações baseadas na adversidade e na crise mundial, como o biocombustível. Quase 70% das reservas globais estão nas nações mais desenvolvidas como a China, a Arábia e a Rússia. O petróleo é a principal causa de muitas guerras, porém daqui a algumas décadas não será o petróleo mas sim a água a maior fonte de conflito, tal como a comida. Os recursos são cada vez menos e a dependência dos países cada vez maior.

E-acção – Num futuro próximo também será possível votar através da internet, o que poderá provocar uma maior dinâmica e interesse pelo campo da política. Porém, o facto de ser possível realizar imensas atividades de forma virtual, suscitará também a massificação dos ciberataques e do ciberterrorismo. Os eleitores estão cada vez menos seguros e confiantes no que concerne à política dada a sombra de terrorismo provocada pelo ataque ao *World Trade Center* e as medidas estabelecidas pelos governos nacionais e internacionais, que se mostram desadequadas.

Tendências no campo dos Media:

“Fome de tempo” – O crescimento acelerado da tecnologia conduzirá no futuro a um aumento de sentimentos depressivos e destrutivos nas pessoas. Assim, o modelo editorial dos media será subvertido, o que resultará numa profunda mudança do nível informativo e de entretenimento.

Mudando – Os utilizadores terão a oportunidade de controlar todo e qualquer conteúdo dos media, e verão, lerão e ouvirão apenas aquilo que desejarem, quando desejarem e como desejarem. Assim, o conteúdo será delineado, editado e personalizado especificamente para cada situação.

Conteúdo infinito – O conteúdo irá tornar-se efetivamente infinito, pois os media irão continuar a criar e a distribuir informação. Tudo, desde paredes a bebidas, será transformado em suporte de media interativo, refletindo-se na emergência de uma nova geração de profissionais da comunicação.

Utilizador produtor de conteúdo – Verifica-se uma tendência crescente de cooperação e agregação que poderá afectar a produção de conteúdos dos media. Atualmente já se verifica uma standardização dos conteúdos mediante a faixa etária, sendo que o conteúdo mais extenso e detalhado irá ser essencialmente direccionado à população mais velha, relutante acerca da privacidade virtual e da objectividade da informação *“fast-food”*, enquanto que a informação mais sintetizada e superficial será direccionada à população mais jovem.

Personalização e fisicalização – O conteúdo dos media será adaptado aos interesses e necessidades das sociedades, mas se o custo da criação e distribuição virtual for praticamente zero, o valor do seu conteúdo desvanecerá e então os jornais, as revistas, a televisão e a rádio irão ser reestruturados e melhorados.

A mudança dos media observada nos últimos 50 anos poderá aplicar-se também aos próximos 50. Nos anos 60, o jornal era entregue de porta em porta, a televisão tinha apenas 3 canais e era a preto e branco, que acabava à meia-noite e iniciava à hora de almoço. Nos últimos 40 anos, verificaram-se profundas transformações desde TV digital, a programação 24 horas/dia, aos jornais a cores e iPods. No entanto, para quem tenha menos de 25 anos isto é puramente normal. As pessoas continuarão a querer saber o que se está a passar no mundo e continuarão a querer entretenimento como fuga do conhecimento.

De facto, existe uma estreita relação entre a utilização dos media e o ritmo acelerado de vida das sociedades. As pessoas tornam-se cada vez mais nómadas da era digital. Já não há tempo para ler jornais e a genética humana está a evoluir no sentido de se adaptar à informação virtual transmitida por todo o tipo de dispositivos electrónicos como os telemóveis. As notícias virtuais têm denotado uma extrema importância no que concerne ao controlo e personalização da informação. Atualmente, qualquer pessoa pode ter um blog e depositar no mesmo todo o tipo de informação, passando de uma comunicação vertical para uma comunicação horizontal, cujo conteúdo circula em variadas direções. Desta forma, verifica-se uma tendência reflectida mutação da atividade jornalística – jornalistas-cidadãos – que esbaterá as fronteiras entre produtor e consumidor de notícias, contribuindo assim para uma democratização crescente dos media. Mas, esta situação não é seguramente positiva, pois as pessoas saberão mais e mais acerca de menos e menos.

Ainda assim, é errado assumir que a tecnologia tomará conta dos media tradicionais, pois existirá sempre uma preocupação no que concerne à atualização e qualidade dos suportes, modelos e conteúdos, traduzida na produção de conteúdos alternativos.

Os livros são um bom exemplo desta eternidade da mediatização, na medida em que não mudaram desde os últimos 500 anos, e num futuro próximo apenas mudarão o tipo de suporte e o tipo de conteúdo, mas a sua essência será sempre a mesma. Esta imunidade ao impacto da tecnologia, deve-se sobretudo ao facto de ser pouco provável e estimulante a leitura de livros digitalizados em dispositivos de visibilidade reduzida como nos celulares.

Por outro lado, a publicidade tem vindo incessantemente a modificar as suas estratégias no sentido de acompanhar a era da mudança. No futuro, a publicidade será reduzida e promocionalmente focada em conceitos como o design de produtos e serviços – marketing localizado ou “now marketing”.

Tendências no campo financeiro:

Mobilidade de pagamento – A conveniência é uma mega-tendência que irá transformar os serviços de pagamento dos diversos segmentos da economia. O modelo de pagamento também tende a tornar-se mais virtual que nunca. Em 2020, apenas 10% das transações serão realizadas em dinheiro, as restantes tomarão a forma virtual, o que se revela um factor positivo no âmbito da economia, tendo em conta que o pagamento virtual possibilita um maior controlo por parte dos governos e dos agentes económicos, contrariamente ao dinheiro físico. No Japão, desenvolveu-se um software para telemóvel que permite a realização de transações através do aparelho – *wallet phones*.

Intermediários – As pessoas sentem-se mais inseguras no que concerne à compra de produtos ou acesso a determinados serviços, pelo que procuram sempre a opinião de um especialista da área que lhes esclareça as suas dúvidas e lhe transmita confiança.

Défice – Muitas pessoas acreditam que o mundo se depara agora com a maior recessão global da História, e que esta se deve sobretudo à falta de transparência dos mercados económicos. Desta forma, a prosperidade das economias nacionais irão depender e muito da sua área geográfica, dos seus recursos e da população que as constituem.

Regulação – É preciso que os bancos e as empresas reformulem o seu modelo de gestão e regulação de crédito, e isso terá efetivamente uma forte influência na crise mundial.

Falta de competitividade – A internet não produz um grande impacto nos modelos tradicionais de serviço financeiro.

O nível virtual dos serviços financeiros não será o factor essencial da natureza económica, pois atualmente apenas 5 a 10% das pessoas confiam seguramente nas transações electrónicas, e a confiança sempre foi a chave do sistema económico mundial.

Tendências no campo dos transportes:

Inteligência incorporada – No futuro, todos os transportes serão monitorizados e apresentarão uma série de modificações funcionais. Por exemplo, os carros poderão ter incorporado um sistema de reconhecimento ocular ou de voz, que permita acionar a ignição do motor.

Monitorização remota – Todos os transportes serão sincronizados via satélite, de forma a facilitar o trânsito e a sua circulação.

Menos condução automóvel – Em 2040, provavelmente todos os carros serão capazes de se conduzirem a si próprios, exigindo uma mínima participação por parte do condutor, e serão capazes de delinear viagens e verificar soluções alternativas ao trânsito.

Ambiente – A mudança climática, a crescente urbanização e a escassez dos recursos serão fortes catalisadores da transformação da indústria automóvel, impulsionando a produção de transportes mais ecológicos como os híbridos.

Reinvenção dos transportes públicos – O elevado custo do petróleo conduzirá à mudança da relação entre o automóvel e o individualismo e o espaço privado, o que levará ao aumento da circulação dos transportes públicos e a implementação de novas políticas de gestão.

No último século, o carro havia-se tornado num símbolo de liberdade, mobilidade e autonomia, no entanto hoje esse símbolo é a internet. Os carros tornaram-se de tal forma tão tecnologicamente desenvolvidos que perderão a sua “alma”. De acordo com o ritmo acelerado e incessante das pessoas, observa-se uma tendência para uma maior distração e insegurança por parte dos condutores e utilizadores de transportes, pelo que será possível verificar a criação e desenvolvimento de equipamentos tecnológicos que responderão às necessidades dos novos tempos, permitindo evitar situações de risco. De futuro, as estradas serão polarizadas entre as públicas e as privadas (classe económica e classe executiva), devido à implementação dos novos equipamentos, tendo em atenção o congestionamento urbano e a pressão ambiental.

Tendências no campo alimentar:

Conveniência portátil e rápida – No futuro, as pessoas terão menos tempo para dedicar à alimentação, o que se traduzirá num declínio acentuado das refeições tradicionais, o que já se tem verificado na maioria das sociedades contemporâneas. As refeições serão mais fáceis de comprar, mais fáceis de cozinhar e ainda mais fáceis de comer.

Sazonal, regional e lento – Enquanto algumas pessoas preferem o rápido e o barato, outras preferem pagar mais e melhor. Algumas pessoas até irão preferir produzir os seus próprios alimentos, desde vegetais à criação de animais.

Saúde versus satisfação – As pessoas não comem somente com a boca mas também com os olhos, com a cabeça e com coração. Enquanto a razão geralmente diz para comer uma refeição saudável, a emoção leva muitas vezes a comer aquilo que não se deve mas que em contrapartida satisfaz.

Nostalgia – Com o elevado nível de stress das pessoas e a forte tendência depressiva e solitária, as pessoas tendem a confortar-se comendo, alcançando um ponto de nostalgia e desejo de uma refeição tradicional.

Ciência e tecnologia da comida – A indústria alimentar irá apostar na produção de produtos alimentares constituídos por ingredientes e químicos com propriedades medicinais, que denotem efeitos ao nível da saúde.

Tal como tem vindo a acontecer noutras indústrias, a tecnologia não só afectará a produção alimentar, a compra mas também a forma de consumo. A comida tem vindo a assumir uma posição bastante distinta de algumas décadas atrás, esta é agora um factor de consumo, tal como a moda. A alimentação sofrerá algumas mudanças, mediante o progresso da nanotecnologia, tendo em conta que também esta será personalizada, de acordo com a genética e historial médico de cada pessoa, o que permitirá uma maior adequação da alimentação a situações específicas. No futuro, os seguros de saúde dependerão do estado de saúde de cada pessoa, reajustando o seu perfil de risco através de uma análise detalhada dos seus hábitos e comportamentos. O futuro da alimentação estará entre o local e o global, o saudável e o desejado, o futurístico e o nostálgico, o barato e o caro, o rápido e o lento.

Tendências no campo do vestuário:

Luxo versus baixo custo – As pessoas tendem a procurar um elevado nível de qualidade em todos os segmentos, no entanto é certa a associação que existe desde sempre entre o custo e essa mesma qualidade.

Velocidade e simplicidade – No seguimento do aceleração do ritmo de vida, a celeridade dos serviços e produtos é indispensável para a satisfação da população, que exige um nível de instantaneidade cada vez mais superior.

Mudança na composição dos espaços – No futuro, irá verificar-se uma forte aposta na constituição dos espaços comerciais bem como na sua imagem, apelando ao sentido estético e design dos serviços e produtos, de acordo com o tipo de clientes. No seguimento do envelhecimento acentuado da população é importante adaptar uma visão direcionada para esse mesmo segmento de mercado, que terá mais tempo disponível e maior poder de compra.

Sustentabilidade – No século XX o comércio era gerido em função da comparação de preços, no século XXI essa comparação é feita no âmbito dos comportamentos éticos, no futuro o comércio será fortemente influenciado pelas questões éticas e ecológicas das sociedades.

Autenticidade e confiança – Nos dias que correm a visão da realidade de compra é maioritariamente manipulada pelas empresas e pelo mercado, pelo que as pessoas procuram cada vez mais acerca de informação relacionada com os produtos e serviços, de forma a esclarecer eventuais incertezas.

Tudo o que for comprado de futuro estará registado numa base de dados indefinida, o que permitirá uma monitorização mais eficaz das necessidades e interesses dos consumidores, possibilitando o estabelecimento de um perfil de consumo. Existem três tipos de consumo: a compra de itens essenciais, geralmente mensal; a substituição de produtos já adquiridos, por motivos de insatisfação, pouco desempenho ou avaria; e por último, a compra baseada na experiência emocional e sensorial do consumidor.

Tendências no campo da saúde:

Envelhecimento – O envelhecimento da população é uma tendência que preocupa muitos especialistas na área da saúde, sendo que a população denota uma certa preocupação em viver mais e melhor.

Telemedicina – No futuro, será possível a monitorização da hospitalização e de tratamento em casa, ou seja, não vai ser precisa uma deslocação do paciente ao espaço físico hospitalar na medida em que poderá ser diagnosticado e tratado em casa, salvo algumas exceções de maior risco.

Ciência sonolenta – Com o crescente nível de ansiedade e depressão das pessoas, a ciência e a alta tecnologia irá desenvolver mecanismos e produtos que permitirão às mesmas estados de tranquilidade e estabilidade momentânea.

Turismo medicinal – Os cuidados de saúde serão globalizados, e quem puder suportar os custos poderá usufruir de viagens de tratamento para qualquer parte do mundo, uma forma que se poderá revelar bastante eficaz no campo da saúde.

Restauro da memória – O envelhecimento poderá trazer consigo um nível de esquecimento bastante acentuado nas pessoas, pelo que serão desenvolvidos mecanismos que permitirão memorizar aquilo que se pretenda apenas.

As pessoas não só vivem mais tempo como esperam manter-se saudáveis por mais tempo, pois a morte é algo que as pessoas procuram evitar. O desenvolvimento e descobertas da medicina nas próximas décadas serão caracterizados pelo crescimento de técnicas artificiais e pela revolução da atividade profissional de saúde. Até as pessoas perfeitamente saudáveis irão recorrer às inovações no campo da medicina para melhorar o seu desempenho no seu dia-a-dia. A internet será um forte catalisador de mudança no campo da saúde, na medida em que disponibilizará serviços e produtos de auto-diagnóstico e auto-medicação, através da transmissão de um elevado conteúdo informativo médico, de forma a rentabilizar o tempo, mas não assegurando a melhor qualidade de vida.

Tendências no campo turístico:

Crescimento do número de turistas – De acordo com a Organização Mundial de Turismo, os países terão de estabelecer uma quota anual de turistas, e estes terão de fazer as suas reservas com meses ou até anos de antecedência.

Mudança climática – Nos próximos 50 anos, vai-se verificar um impacto drástico da mudança climática na forma de fazer férias, o que poderá traduzir-se na devastação de muitas economias que se regem essencialmente em função do turismo.

Escassez de recursos – Verificar-se-á uma profunda reestruturação dos transportes, dada a falta de recursos como o combustível, pelo que influenciará de forma direta os custos das viagens e das estadias.

Ficar em casa – O elevado custo das viagens conduzirá à permanência da maior parte das pessoas nas suas casas, pelo que o negócio de entretenimento e lazer se denotará mais localizado. No futuro, também será possível observar um aumento do conceito de férias virtuais.

Tempo versus dinheiro – O mercado turístico irá ser fortemente polarizado entre as pessoas mais ricas e as mais pobres em termos de tempo, isto é, entre o muito tempo mas pouco dinheiro e vice-versa.

Segundo a Organização Mundial de Turismo, as pessoas tendem cada vez mais a procurar o conceito de férias culturais, uma combinação entre o conhecimento e o exótico, que impulsionará a extensão de produtos e serviços das instituições culturais ao segmento do turismo.

Richard Watson identifica ainda cinco coisas que não irão mudar nos próximos 50 anos:

Interesse pelo futuro e saudade do passado – As pessoas desde sempre se mostraram interessadas em conhecer o futuro.

Desejo de reconhecimento e respeito – Nas sociedades sempre existiu uma extrema preocupação com o estatuto social e o poder, como símbolo de sucesso.

Necessidade de objetos físicos, encontros atuais e experiência de vida – O ser humano é desde a sua origem um ser social e na sua maioria das vezes necessita de estabelecer contacto físico com outros da sua espécie. Quanto mais a vida for virtual, mais as pessoas irão desejar o contrário.

Ansiedade e medo – A reação inicial às novas tecnologias foi desde sempre de desconfiança e rejeição, porém, esta reação vai-se tornando cada vez menos acentuada e mais aceitável.

Procura de sentido – De acordo com a teoria da motivação humana de *Abraham Maslow*, uma vez satisfeitas as necessidades biológicas, o ser humano irá procurar satisfazer um conjunto de outras necessidades.

Tendências e Tecnologia 2010+

2010-2015
2015-2020
2020-2025
2025-2035
2035-2050

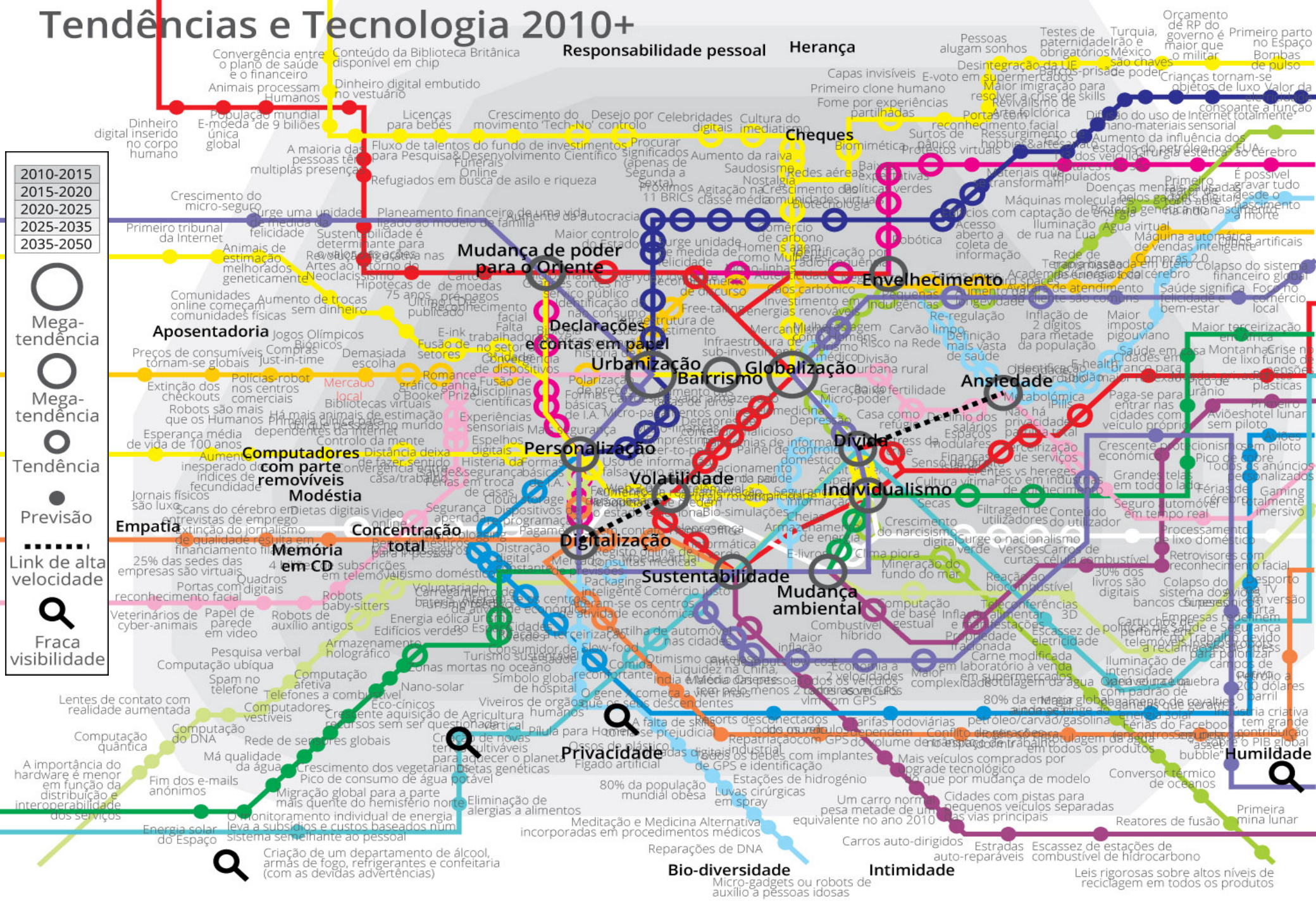
Mega-
tendência

Mega-
tendência

Tendência

Previsão

Link de alta
velocidade



Casa e Família



Ciência e Tecnologia



Economia



Energia e Matéria-prima



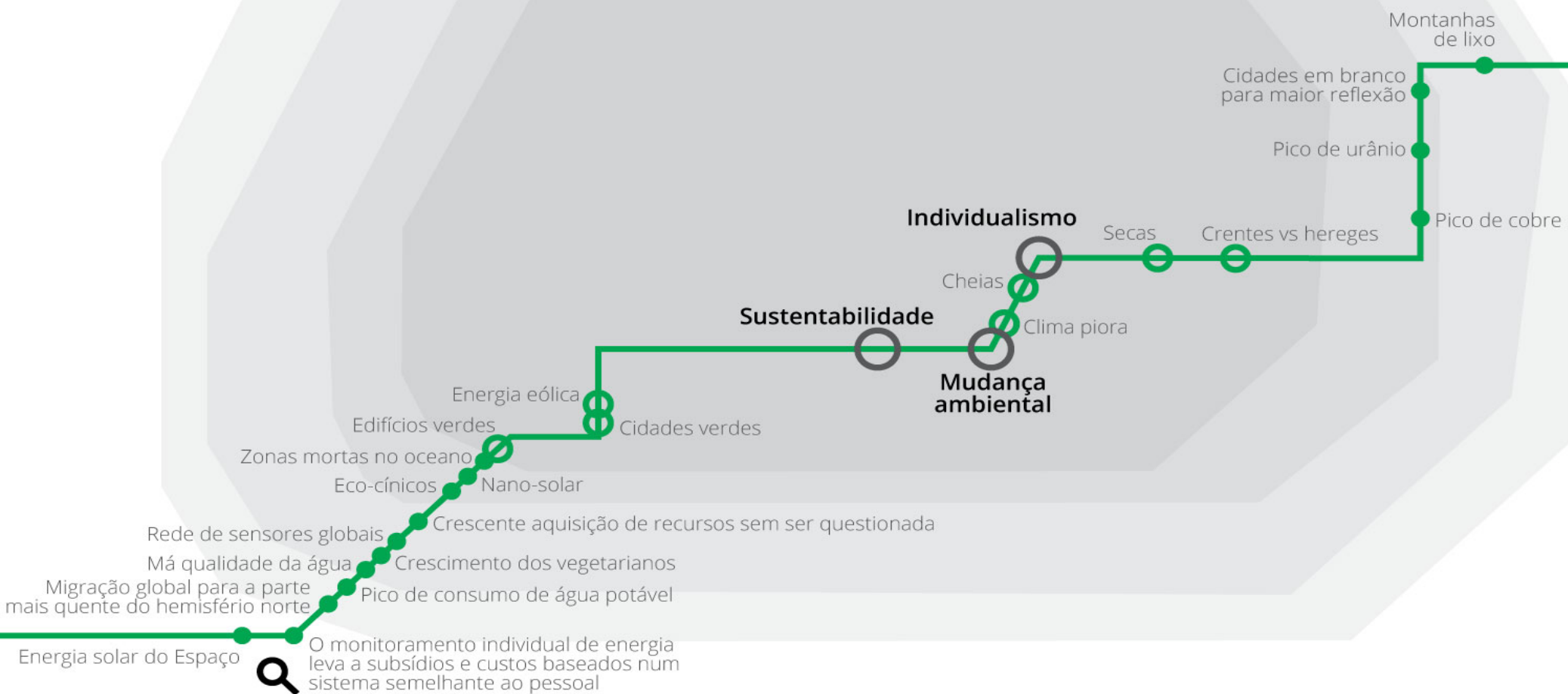
Geopolítica



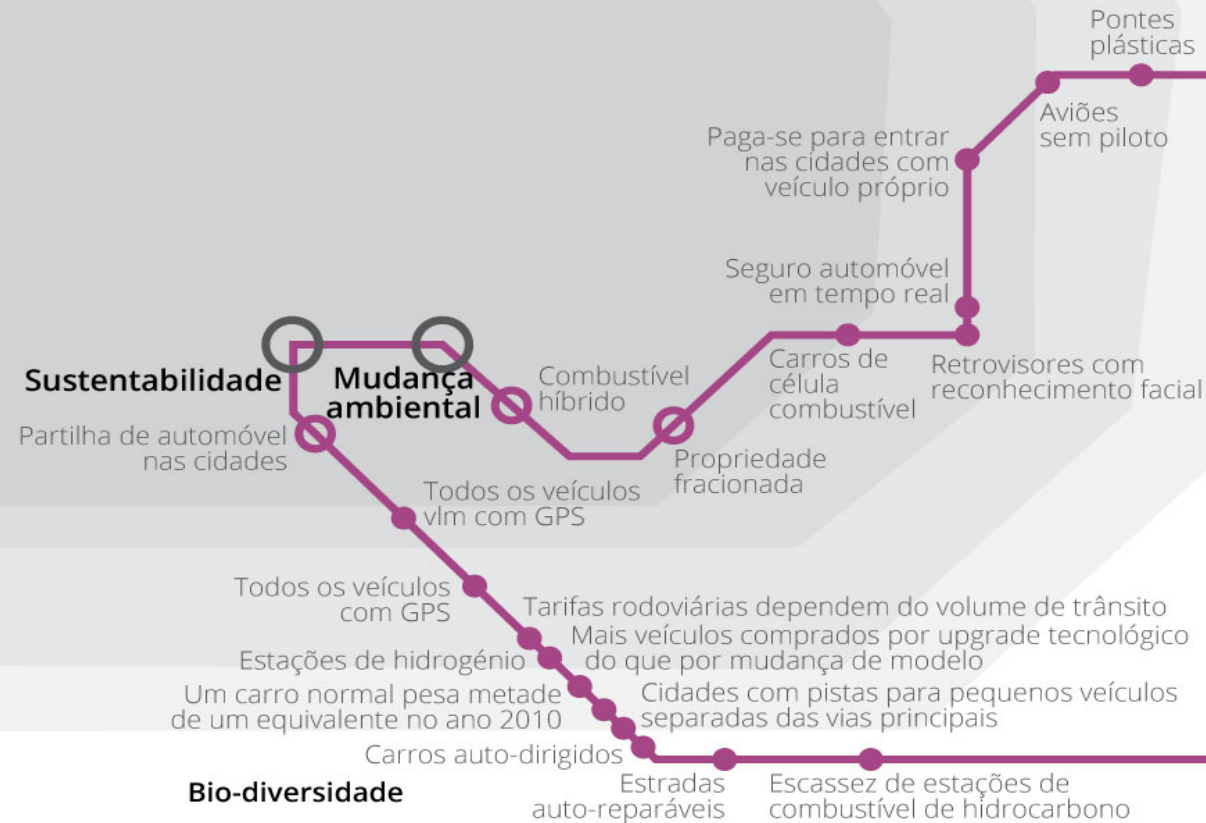
Informática e Telecomunicações



Meio Ambiente e Clima



Meios de Transporte



Notícias e Media



Varejo/Retalhistas e Entretenimento



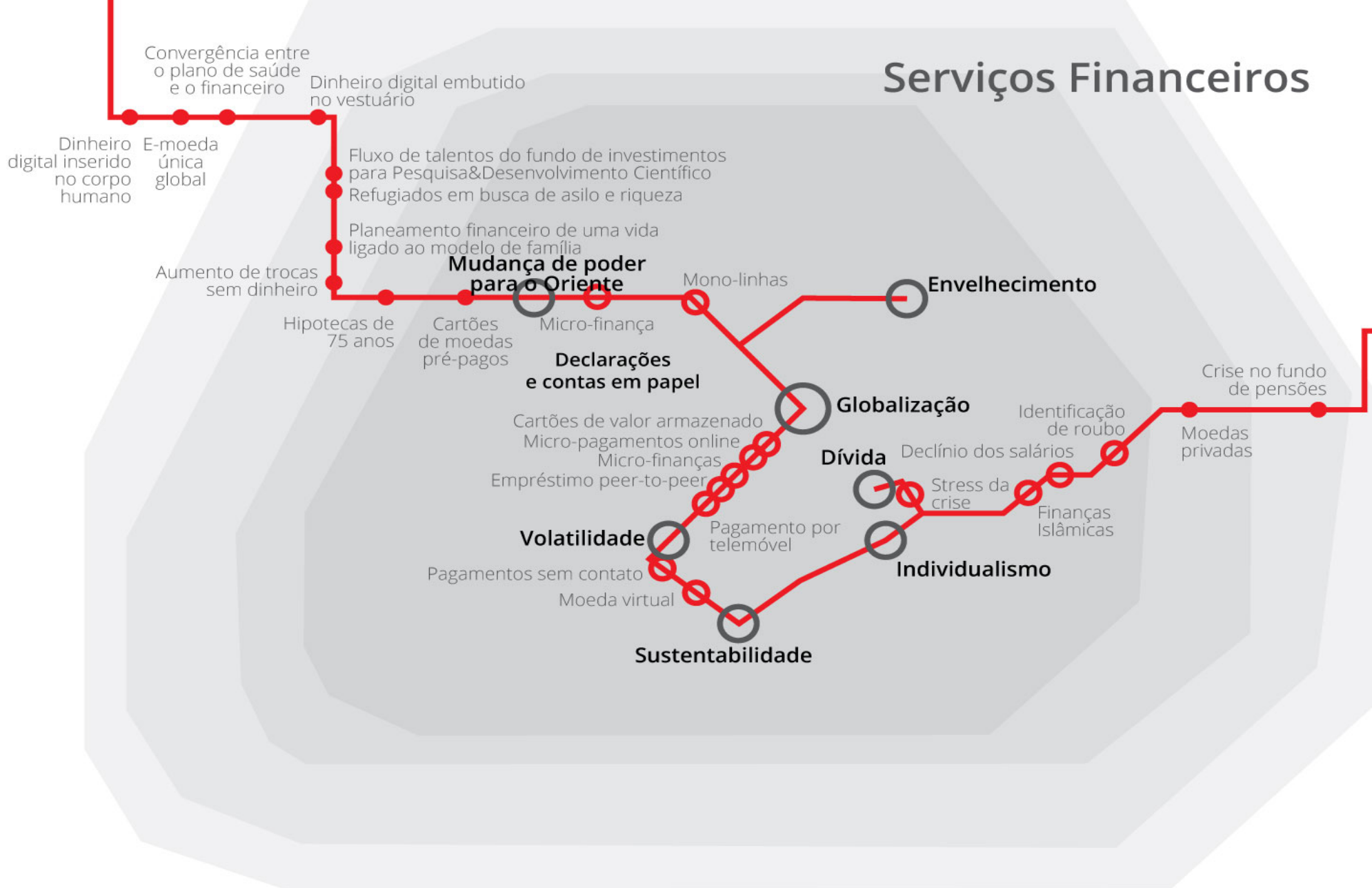
Saúde e Medicina



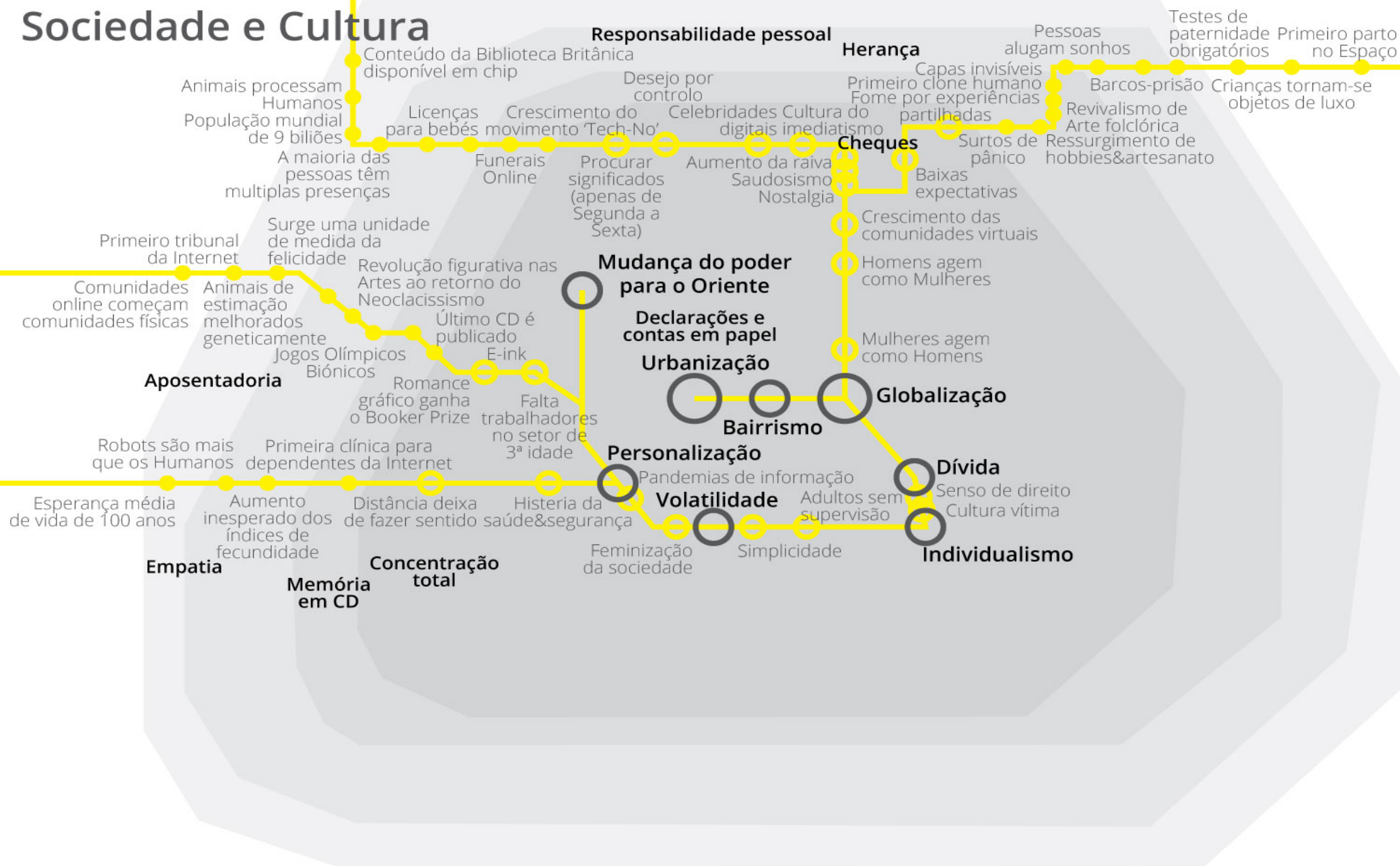
Setor Alimentar e Bebidas



Serviços Financeiros



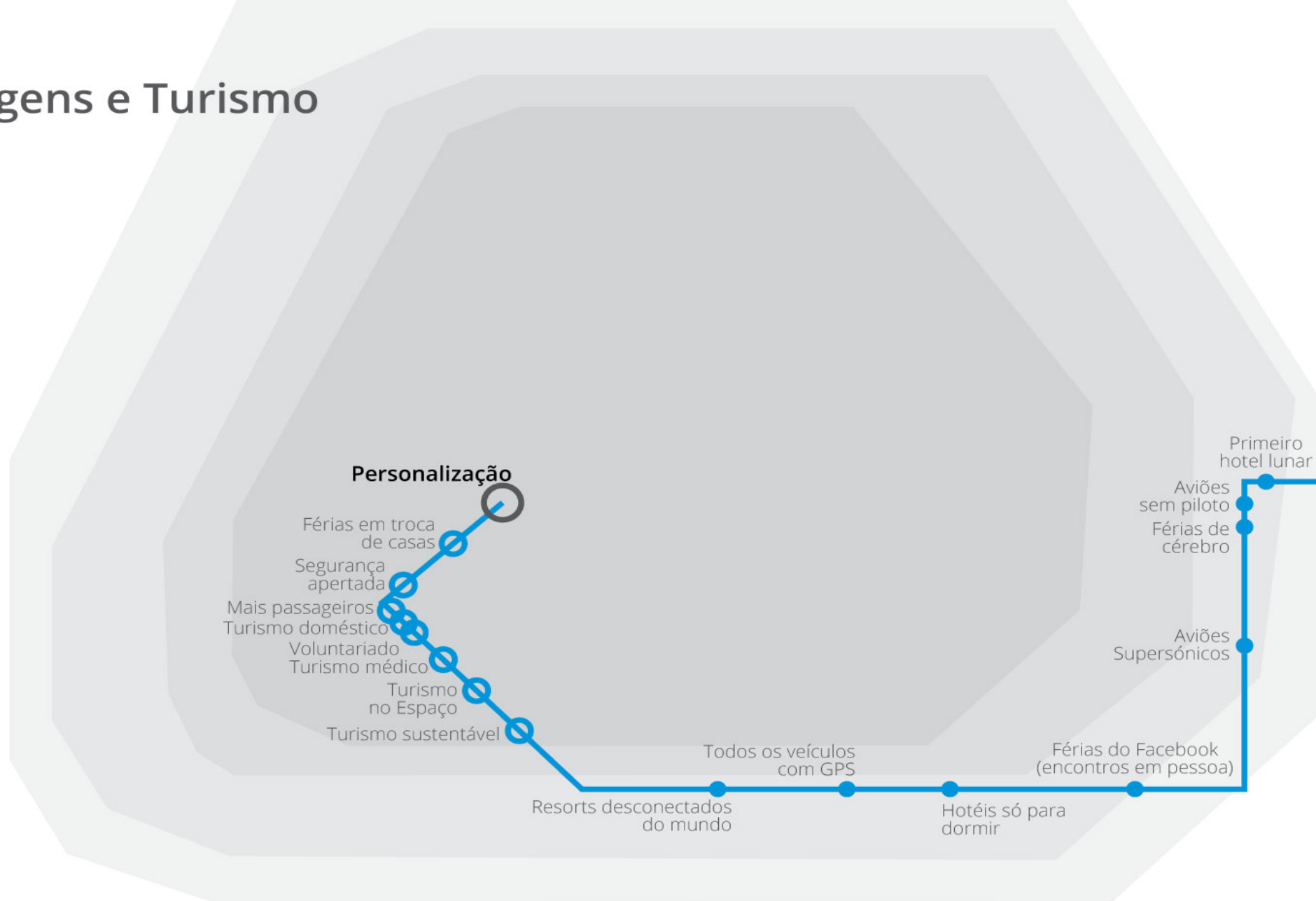
Sociedade e Cultura



Trabalho e Negócios



Viagens e Turismo





Notas

INOVA CONSULTING

conteúdos

Estudos e Relatórios de Pesquisa:

- futuro, prospectiva e foresight
- drivers & megatendências
- tendências comportamentais
- tendências de negócio
- tendências setoriais
- insights de negócio

Conteúdos Acadêmicos e Empresariais Futuro, Tendências, Inovação:

- artigos
- papers
- apresentações
- livros
- críticas literárias
- research notes

consultoria

Futuro e Tendências

- futuro, prospectiva e foresight aplicado à estratégia de negócio
- predições e timelines
- tradução e aplicação de tendências no negócio
- gestão por cenários e mapeamento de realidades futuras
- trend maps & visão 2020

Inovação

- mindset inovador
- criação, construção e disseminação corporativa de programas de cultura e gestão da inovação
- inovação estratégica, modelos e projetos de inovação
- empreendedorismo corporativo
- design thinking aplicado à gestão
- criatividade e ideation
- geração de insights

educação – INOVA BUSINESS SCHOOL

MBA Executivo e Pós-MBA

- trendsinnovation
- design thinking
- storytelling
- criatividade e ideation
- empreendedorismo
- branding
- negócios digitais e mídias sociais

Palestras

- futuro: visão 2050
- design thinking action lab
- criatividade e estímulo criativo
- tendências e insights para negócios
- storytelling
- ferramentas e metodologias para conhecer o futuro e as tendências

Programas In Company

- observatório de tendências
- branding
- storytelling
- empreendedorismo corporativo
- inovação estratégica
- criatividade e design thinking
- audit e desenvolvimento de competências de inovação

Master

- pesquisa de tendências e gestão da inovação

contato@inovaconsulting.com.br
www.inovaconsulting.com.br



Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271

Skype: lrasquilha

luís.rasquilha@inovaconsulting.com.br

www.inovaconsulting.com.br

Av. Paulista 1765 7. andar, conj 72CV: 7833

01311-200, São Paulo – Brasil

Tel.: +55 (11) 3075-2866