



BEM-VINDO

A 2025!

OLHAR PARA O FUTURO E ENTENDER COMO AS TENDÊNCIAS VÃO ALTERAR O COMPORTAMENTO HUMANO, AS RELAÇÕES DE NEGÓCIO E TAMBÉM A COMUNICAÇÃO SÃO CRUCIAIS PARA COMEÇAR A SE PLANEJAR PARA O AMANHÃ

A sobrevivência de uma empresa depende cada vez mais de como ela enxerga o futuro e se planeja para estar em atividade daqui a 10, 20 ou 50 anos, e não somente como ela está posicionada atualmente. Quem faz essa análise é o pesquisador de tendências e CEO da Inova Consulting, **Luís Rasquilha**, que mapeia em pesquisas e observações constantes os futuros cenários que vão impactar o comportamento do ser humano, da sociedade e, por

tendências de negócios, para o período de 2015 a 2025. Segundo ele, é preciso estar atento às mudanças, que hoje ocorrem muito rapidamente. *“Só para se ter uma ideia da dimensão do volume produzido, 90% da informação disponível no mundo foi gerada nos últimos dois anos e está dobrando de tamanho a cada dois meses. A projeção é de que em 2020 isso irá ocorrer a cada 12 horas”*, ressalta. No universo dos negócios, para quem acompanha as mudanças e auxilia no desenvolvimento de empresas e novos produtos, há um processo de observação comportamental em busca de identificação de características em comum que se destacam em todo o mundo

e formam tendências. Quem realiza esse trabalho são profissionais das áreas de sociologia e psicologia, ligados a comportamento dos consumidores que formam uma rede conhecida como coolhunters. Rasquilha orienta que as empresas devem acompanhar as tendências para entender como elas vão impactar em seus negócios. E ele acrescenta que quem pensa em inovação, tem que saber onde está, para onde o mundo caminha e o comportamento do seu cliente, levando em consideração sua importância. *“Algumas empresas desenvolvem produtos e fracassam porque não buscaram compreender o que realmente seu consumidor espera”*, comenta.

“Se olharmos, por exemplo, para a questão da nanotecnologia em relação ao comportamento das pessoas, pensamos em soluções com mais informação disponível ocupando menos espaço, produtos de menor tamanho com maior capacidade”, completa ele sobre o suprimento de necessidades com base nas cinco megatendências.

“É muito claro o crescimento das dimensões criativa e tecnológica e a área da comunicação precisa entender seu impacto na vida das pessoas”, Luis Rasquilha.

consequência, das empresas.

Recentemente, Rasquilha lançou um estudo com as cinco megatendências em que todo o planeta está pautado - envelhecimento, meio ambiente, conectividade, tecnologia e o GRIN (genética, robótica, internet e tecnologia) - e outras 32

A ERA DA RECOMENDAÇÃO

Em qual área atua a sua empresa? Se você acha que seu serviço será influenciado pelas transformações, Rasquilha diz que independente do segmento, a lógica empresarial está mudando. *“A lógica da liderança e a rotina estão sendo questionadas para um processo de muito mais criatividade”*. Por consequência, novas profissões devem surgir para atender as demandas. Em outro estudo compilado pelo pesquisador aparece uma série de cargos novos entre as 50 profissões do futuro. Uma delas é Desorganizador corporativo, que ajudará a quebrar regras em empresas e construir um ambiente mais colaborativo. Com formação em Publicidade, o pesquisador percebe que a área de comunicação e, especialmente a publicidade, está ligada ao crescimento da importância da criatividade.

“É muito claro o crescimento das dimensões criativa e tecnológica e a área da comunicação precisa entender seu impacto na vida das pessoas. Então, as agências devem deixar de ser apenas produtoras de campanhas e começar a ser produtoras de ideias. Pode parecer clichê porque uma agência de comunicação é muito focada na criatividade, mas o fato é que elas são muito mais produtoras de campanhas do que geradoras de conteúdo e de ideias novas. O consumidor acredita muito em recomendação (person to person) de amigos e as empresas podem levar isso em consideração”, pontua.

Para Rasquilha, as novidades que surgiram são ferramentas para o gestor ou empreendedor usá-las e otimizar sua performance, reduzindo o risco em sua tomada de decisão, uma boa oportunidade em vez de ameaça. *“Quando olhamos para o futuro, o que vem por aí não vai acabar com o que temos hoje. A TV não acabou com o rádio, a internet não acabou com a TV e os livros digitais não acabaram com os físicos. Vieram somar e transformar a forma de fazer negócio”*, finaliza Luis Rasquilha.

ECOSSISTEMA DAS TENDÊNCIAS - 2015-2025

MEGA TENDÊNCIAS | MEGA TRENDS

Ambiente e alterações climáticas
Globalização e Conectividade Permanente

GRIN
Genética | Robótica | Internet | Nanotecnologia

Envelhecimento, Explosão Demográfica e
Intra-geracionalidade

Poder de Mudança do Leste e das Economias
Emergentes

TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO | BUSINESS TRENDS

TECNOLÓGICAS
Tecnologia do impacto;
Big Data; Online - Offline; Omni Canal.

RELAÇÃO
Economia da Reputação; Customização Radical;
Marketing em tempo Real; Relacionamento Proativo

HUMANIZAÇÃO
Soluções Urbanas; Felicidade no Trabalho;
Escritório Flexível; liderança Partilhada.

TENDÊNCIAS HUMANAS/ COMPORTAMENTAIS | HUMAN/BEHAVIOUR TRENDS

1. Tendências Catalisadoras

Empowerment (Empoderamento); Global Connection & Convergence (Conectividade e Convergência); Action; Requirement and Hope (Ação, Exigência e Esperança).

2. Tendências Confluentes

Riding the Recession (Aproveitando a Recessão); CoolDetails (Pormenores Contam); The Rational Consumer (Consumidor Racional); Roots, History and Legacys (Raízes, História e Legados); Meaningful Nostalgia (Nostalgia Retro).

3. Tendências inclusivistas

Female Up & Rising (Mulher Alpha); Neo Male (MetroSexuais); Beauty Matters (Beleza importa).

4. Tendências Impulsionadas

Relaxed & Spiritual (Relax, Descompressão e Espiritualidade); Secrecy (Secretismo); Live the City (Vida Urbana); Experience Economy (Economia da Experiência); Emergent Middle Pyramid (Poder da Classe Emergente).

5. Tendências estabelecidas

P2P (de Pessoa para Pessoa); Meaningful Compassion (Compaixão com Sentido); Authentic Excess Therapy (Autenticidade e Indulgência); EcoSustainability (Ecosustentabilidade)/ Welthy (Estar Bem Estar); Deseign Uau (Design Funcional); Crowd Everything (Poder da Multidão); Co-creation and Co-Owner (Co-Criação e Compartilhamento) e Urban Nomads (Nômades Urbanos).

6. Tendências Emergentes

Online Culture (Cultura do Online); From Augmented to Distorted Reality (de realidade Aumentada para Realidade Distorcida); from Geek to Cool (Geek é Cool); Gamification (gamificação); DIY (Faça Você Mesmo); Right Here Right Now (Instantaneidade e Imediatismo).