



GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS®
TREND REPORT 2019

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA
Alameda Santos, 2441, 9., Edifício Bela Santos, Jardim Paulista, CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil
(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | www.inovaconsulting.com.br

GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS | TREND REPORT 2019

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Alameda Santos, 2441, 9º andar, Edifício Bela Santos, Jardim Paulista,

CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil

+55 (11) 4561 0731 | +55 (11) 4561 0738 | +55 (11) 96930 6083

www.inovaconsulting.com.br

Coordenação: Luís Rasquilha

Tipo de Letra: MaxPro

Photo Credit: [Visualhunt](#)

© 2019 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Contato: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271

Skype: lrasquilha

luis@inovaconsulting.com.br

SÃO PAULO, MAIO 2019

Este documento e todo o seu conteúdo são propriedade da INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA. Pode ser duplicado, copiado, difundido e disseminado por todos quantos pretenderem utilizar o seu conteúdo para fins acadêmicos ou profissionais na forma que entenderem mais relevante. Solicitamos apenas a quem utilizar o todo ou partes deste documento que referenciem devidamente a fonte INOVA CONSULTING e o nosso website www.inovaconsulting.com.br.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	4
2. SOBRE A INOVA CONSULTING	6
3. CAPÍTULO TEÓRICO	8
4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	12
5. CONCLUSÃO	34

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	4
2. SOBRE A INOVA CONSULTING	6
3. CAPÍTULO TEÓRICO	8
4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	12
5. CONCLUSÃO	34

INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO

Estamos perante a maior transformação da história da humanidade!

Modelos de negócios vencedores serão aqueles que conseguirão desenvolver uma elevada capacidade de antecipar o futuro e de se adaptar ao novo.

Esta transformação foi designada, em 2016, pelo WEF (*World Economic Forum*), como a 4ª Revolução Industrial, onde o poder da tecnologia e da conectividade se afirmam decisivamente na transformação de empresas, negócios, relacionamentos e principalmente na forma como o mundo é hoje. É uma mudança profunda do comportamento humano, mais conectado, com impactos diretos nos negócios, nas empresas e no modo como os seus gestores atuam.

Este é um relatório Inova Consulting com a visão das principais Tendências a serem consideradas na gestão das empresas do presente e do futuro.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	4
2. SOBRE A INOVA CONSULTING	6
3. CAPÍTULO TEÓRICO	8
4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	12
5. CONCLUSÃO	34



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. Com presença em 3 Continentes, clientes e parceiros globais é a empresa criadora e referência do conceito de gestão

TRENDSINNOVATION | FUTURO | TENDÊNCIAS | INOVAÇÃO

A INOVA CONSULTING atua em três eixos específicos:

01 PESQUISA

Drivers de mudança
Estudos prospectivos
Mapping de cenários
Estudos de tendências
Foresight de negócio
Trend tracking
Coolhunting

02 CONSULTORIA

Gestão da inovação
Trendsinnovation
Cultura de inovação
Inovação disruptiva
Inovação aberta
Planejamento estratégico
Transformação digital
Universidade corporativa

03 EDUCAÇÃO

Mba Executivo TrendsInnovation
Pós-mba TrendsInnovation
Pós-graduação NeuroMarketing
Programa Conselheiros TrendsInnovation
Masters Executivos
Programas In Company
Palestras & Seminários
Advisor & Mentoring
Programas ead (lms)

Para mais informações visite o nossos sites www.inovaconsulting.com.br e www.inovabs.com.br ou fale conosco contato@novaconsulting.com.br

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	4
2. SOBRE A INOVA CONSULTING	6
3. CAPÍTULO TEÓRICO	8
4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	12
5. CONCLUSÃO	34

Conceitos e Definições

Quando se atua com Tendências a primeira coisa a fazer é diferenciar os vários conceitos sobre o tema. Assim: Uma TENDÊNCIA é definida como uma mudança e alteração com capacidade de influenciar as dinâmicas dos negócios e o comportamento dos consumidores.

E dividem-se da seguinte forma:

#1 MEGATRENDS | MEGA TENDÊNCIAS (10 / + anos): movimentos e mudanças (de larga escala) em termos sociais, econômicos, políticos, ambientais e tecnológicos, que se manifestam de forma consistente na realidade atual e que influenciarão decisivamente o futuro.

#2 BEHAVIORAL TRENDS | TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): 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.

#3 BUSINESS TRENDS | TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO (2 anos): mudanças no mercado resultantes da atuação dos *players*, do comportamento dos consumidores e das realidades econômicas, políticas e sociais que influenciam a forma como as empresas tomam decisões em seus negócios, considerando áreas de atuação e apostas estratégicas para o futuro.

#4 EMERGING TRENDS | TENDÊNCIAS EMERGENTES (12 meses): acontecimentos que se materializam de forma rápida e escalável no curto-prazo e que condicionam e direcionam a realidade dos negócios. #4.1 SPECIFIC TRENDS | TENDÊNCIAS ESPECÍFICAS: as tendências a considerar para um determinado negócio.

A correta identificação de Tendências é a base para a definição dos Insights de negócio (ideias).

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



#1 MEGATRENDS |

MEGA TENDÊNCIAS (10 / + anos): movimentos e mudanças (de larga escala) em termos sociais, econômicos, políticos, ambientais e tecnológicos, que se manifestam de forma consistente na realidade atual e que influenciarão decisivamente o futuro.

#3 BUSINESS TRENDS |

TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO (2 anos): mudanças no mercado resultantes da atuação dos players, do comportamento dos consumidores e das realidades econômicas, políticas e sociais que influenciam a forma como as empresas tomam decisões em seus negócios, considerando áreas de atuação e apostas estratégicas para o futuro.



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

#2 BEHAVIORAL TRENDS |

TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): 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.

#4 EMERGING TRENDS |

TENDÊNCIAS EMERGENTES (12 meses): acontecimentos que se materializam de forma rápida e escalável no curto-prazo e que condicionam e direcionam a realidade dos negócios.

#4.1 SPECIFIC TRENDS |

TENDÊNCIAS ESPECÍFICAS: as tendências a considerar para um determinado negócio.

Metodologia:

Para a construção deste relatório diversas fontes de informação foram utilizadas ao longo dos últimos três anos:

Discussão em sala de aula, nos Programas Executivos, Programas *In Company*, Cursos de MBAs e Pós MBAs da Inova Business School com mais de 500 alunos, realizando exercícios de construção e visão do futuro, através de ferramentas de prospectiva e *foresight*, com especial incidência na construção de *Timelines* temporais;

Utilização, nos projetos de consultoria da Inova Consulting, de metodologias aplicadas de prospectiva, *foresight* e *coolhunting* na construção dos mapas de tendências dos diversos negócios onde atuamos, realizando mais de 150 projetos;

Entrevistas etnográficas com mais de 100 executivos C-Level debatendo o futuro, motivações, crenças, anseios e opiniões sobre a transformação atualmente em curso;

Reuniões informais com Professores e Mentores de diversas Universidades pelo Mundo (das quais se destacam a FIA, a Fundação Dom Cabral, o ISVOUGA, entre muitas outras) para coleta de opiniões e visões sobre mercados, consumidores e sociedade;

Consulta de fontes parceiras da Inova Consulting (*Science of the Time*, *Burrus Research*, *What's Next*, *Strategic Horizons*, *Success Matters*) e diversas outras fontes como *McKinsey*, *BCG*, *Accenture*, *Deloitte*, *PWC*, entre outras, que regularmente publicam pesquisas e opiniões sobre o tema;

Contribuição permanente dos Professores e Consultores do Grupo Inova (Inova Business School e Inova Consulting) que produzem conhecimento e analisam movimentos de mercado em áreas tão diversas como liderança, gestão, estratégia, inovação, comportamento do consumidor, psicologia e demais áreas do saber empresarial.

Coletando e tratando todo este conteúdo foi possível produzir este resultado.

ÍNDICE

- | | |
|-------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO | 4 |
| 2. SOBRE A INOVA CONSULTING | 6 |
| 3. CAPÍTULO TEÓRICO | 8 |
| 4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS | 12 |
| 5. CONCLUSÃO | 34 |

Perante a complexidade crescente dos mercados, a necessidade de construir *frames* de conhecimento ganha cada dia mais relevância.

Este relatório apresenta as 8 Business Trends com impacto global, independente do tamanho, abrangência ou negócio das empresas. Obviamente que depende de cada empresa assim será o impacto de cada Trend apresentada, mas o ponto crítico é que ao não dar a devida atenção a esta base de pensamento para a gestão o sucesso fica exposto a variáveis não controláveis pelos gestores.

As 8 Global Trends 4 Business (GT4B):

1. Globalização;
2. Digitalização;
3. Sustentabilidade;
4. Gerações;
5. Life Long Learning;
6. Inovação;
7. Gestão Bottom Up;
8. Mindet Startup.

Para cada Trend existem 5 predições do que considerar na análise estratégica e sua respectiva implementação. Veja nas páginas seguintes:



É o processo de aproximação entre as diversas sociedades e nações, seja no âmbito econômico, social, cultural ou político. Porém, o principal destaque dado pela globalização está na integração de mercado existente entre os países.

A globalização permitiu uma maior conexão entre pontos distintos do planeta, fazendo com que compartilhassem de características em comum. Desta forma, nasce a ideia de Aldeia Global, ou seja, um mundo globalizado onde tudo está interligado.

A quebra de fronteiras gerou uma expansão capitalista onde foi possível realizar transações financeiras e expandir os negócios - até então restritos ao mercado interno - para mercados distantes e emergentes. Atualmente, o idioma inglês é considerado o mais adotado entre todos os países como alternativa para garantir a comunicação, principalmente através da internet.

Tipos de Globalização:

A globalização é a junção de vários aspectos que unem civilizações de diferentes cantos do globo. Os principais fatores que caracterizam a formação da globalização são: a economia, a cultura e a informação.



- Globalização econômica: O surgimento dos blocos econômicos - países que se juntam para fomentar relações comerciais, como por exemplo, o Mercosul e a União Europeia - foi resultado desse processo econômico. O impacto exercido pela globalização no mercado de trabalho, no comércio internacional, na liberdade de movimentação e na qualidade de vida da população varia a intensidade de acordo com o nível de desenvolvimento das nações. O período em que a globalização econômica mais se intensificou foi em meados do século XX, com a Terceira Revolução Industrial (conhecida também como "Revolução Técnico-Científica").
- Globalização cultural: A aproximação entre as diferentes nações do mundo também proporcionou a troca de costumes, culturas e tradições típicas. Estas, por sua vez, passam pelo processo de aculturação, ou seja, quando vários elementos culturais são misturados, criando uma espécie de "mutação das culturas". Desta forma, valores e símbolos culturais que pertenciam originalmente a uma região ou nação, passam a estar presentes em todos os cantos do mundo e vice-versa. Como consequência, cresce a necessidade de haver um maior debate sobre a tolerância entre as diferenças culturais. As novas tecnologias de informação e a troca constante de bens de consumo entre os países (produtos, filmes, séries, músicas, etc) contribuem para a globalização cultural.
- Globalização da informação: O desenvolvimento das tecnologias de informação, com destaque para o advento da internet, foi o principal responsável pelo surgimento do conceito deste tipo de globalização. Com as redes sociais online (como o Twitter, por exemplo), as pessoas que têm acesso à internet podem receber e enviar informações instantaneamente para todas as partes do mundo. Unindo a globalização cultural com a necessidade de transmitir informações que possam ser recebidas e interpretadas em todo o planeta, também surgiu a ideia de determinar um idioma globalizado. Ou seja, uma língua que possa servir como elo entre todas as outras. Atualmente, o idioma inglês é considerado o mais adotado entre todos os países como alternativa para garantir a comunicação, principalmente através da internet.



As previsões de gestão para a Globalização:

1. Online = Offline: não há mais separação entre mundo digital e mundo físico. Aos olhos do consumidor um site, uma mensagem de whats app, uma página de rede social, o vendedor, a loja, evento, telefonema ou qualquer peça de comunicação endereçam a mesma marca e por conseguinte a mesma mensagem. Globalizar também significa integrar, uniformizar e complementar a atuação de todos os ponto de contato da marca com o ecossistema e a cadeia de valor da qual se faz parte;
2. Envelhecimento Populacional: A expectativa de vida aumenta ano após ano com a previsão de chegarmos a 120 anos de vida média na próxima década. Com mais gente no mundo para servir alargam-se as oportunidades de mercado e portanto cresce a necessidade de melhor conhecer os seus clientes e consumidores numa lógica mais comportamental do que meramente demográfica;
3. Conhecimento Massificado: Motivado pela crescente conectividade, o comportamento de produção e consumo de conteúdo alarga-se cada vez mais, criando uma nova realidade que é a descentralização do conhecimento com impactos diversos nas empresas, que deixam de ter no controle de informação a sua arma negocial. O todo é hoje formato por *nanopartes* dispersas pelo globo;
4. Inteligência Coletiva: Quando o conhecimento se massifica todos contribuem com a sua visão ou perspectiva, agregando mais ao todo. Fica cada dia mais fácil acessar informação que quando junta constrói uma nova forma de conhecimento. E hoje não podemos deixar de considerar colaboradores, parceiros, fornecedores, professores, clientes, amigos e todos quantos coexistem com a nossa empresa, sabendo que em cada um deles estará parte de uma solução;
5. Mundo sem Fronteiras: É talvez a maior consequência da globalização, a capacidade de fazer circular bens, pessoas e informação no mundo. Acessar informação, pessoas ou empresas é hoje fácil e permite uma maior velocidade na tomada de decisão empresarial.



2. Digitalização:

É o processo pelo qual uma imagem ou sinal analógico é transformado em código digital. A digitalização compreende a conversão para o código digital de sinais de áudio e imagens em movimento (vídeos). A digitalização é também feita em radiografias e a tendência mercadológica é crescer o número de documentos digitalizados, empresas especializadas no processo de digitalização. Para esse tipo de função empresas desenvolvem softwares especializados. As digitalizações de papéis em múltiplas páginas mais comuns acontecem nos formatos digitais .tif e .pdf, sendo que tanto as impressoras multifuncionais mais comuns quanto as copiadoras profissionais possuem a função scanner.

No momento atual tudo caminha para digitalização, que significa adotar uma postura mais digital, reduzindo utilização de recursos físicos e melhorando performances e capacidade de resposta aos mercados.

Também muitas vezes designada de Transformação Digital a Digitalização é hoje uma nova abordagem estratégica dos negócios em um mundo conectado e globalizado. Empresas que não adotem um mindset digital terão grandes dificuldades em sobreviver no futuro presente.



As predições de gestão para a Digitalização:

18

1. Transformação Digital & Data: Uma nova abordagem onde as TIC desempenham um papel chave na transformação da estratégia, estrutura, cultura e processos de uma empresa, utilizando o alcance e o poder da conectividade, da internet e da tecnologia. Por meio de novos investimentos em tecnologias e modelos de negócios, espera-se melhorar o envolvimento dos clientes digitais em todos os pontos de contato no ciclo de vida de sua experiência;
2. Humano vs. Digital: Pessoas e máquinas coexistem no mundo empresarial numa lógica de complementaridade e não de substituição. Para tirar o melhor de ambos ao serviço das empresas é necessário deixar as máquinas executar aquilo que os humanos criam e pensam e que posteriormente supervisionam. Ambos são faces da mesma moeda sendo urgente entender o papel de cada um no ecossistema empresarial;
3. Negócios Mobile: Com a convergência das telas tudo está confinado à palma da mão em um *smartphone*, *tablet* ou *laptop*. Migrar os negócios para respostas *mobile* é a diferença entre sobreviver ou não;
4. Omnicanal & Touchpoints: Os vários pontos de contato das marcas com os seus consumidores são cada vez mais integrados devendo responder em unísono e de forma coerente às demandas do mercado;
5. Desintermediação: A redução de recursos físicos por um lado e a crescente conectividade por outro têm tornado as cadeias de valor mais ágeis e com menos filtros pelo caminho. Ganha-se em velocidade e em sustentabilidade quando se aproxima a cadeia de valor.



Sustentabilidade é a capacidade de sustentação ou conservação de um processo ou sistema. A palavra sustentável deriva do latim sustentare e significa sustentar, apoiar, conservar e cuidar. O conceito de sustentabilidade aborda a maneira como se deve agir em relação à natureza. Além disso, ele pode ser aplicado desde uma comunidade até todo o planeta. A sustentabilidade é alcançada através do Desenvolvimento Sustentável, definido como: "o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades".

O desenvolvimento sustentável tem como objetivo a preservação do planeta e atendimento das necessidades humanas. Isso quer dizer que um recurso natural explorado de modo sustentável durará para sempre e com condições de também ser explorado por gerações futuras.

É a palavra de ordem nas iniciativas empresariais e políticas que influenciam as mudanças no comportamento e ações em diversas áreas. Vemos marcas focadas na utilização de materiais reciclados/recicláveis ou preocupadas em melhorar a sua sustentabilidade de produção.

As empresas estão preocupadas em ter edifícios mais sustentáveis, e na sua missão e valores são intrínsecos os deveres de preservação ambiental.

As próprias políticas governamentais, que cada vez mais proporcionam incentivos para iniciativas sustentáveis e ações em prol do ambiente, bem como a promoção e exigência na redução de resíduos ocuparão espaço crescente nas agendas mundiais.



O chamado tripé da sustentabilidade é baseado em três princípios: o social, o ambiental e o econômico. Esses três fatores precisam ser integrados para que a sustentabilidade de fato aconteça. Sem eles, a sustentabilidade não se sustenta.

Social: Engloba as pessoas e suas condições de vida, como educação, saúde, violência, lazer, dentre outros aspectos.

Ambiental: Refere-se aos recursos naturais do planeta e a forma como são utilizados pela sociedade, comunidades ou empresas.

Econômico: Relacionado com a produção, distribuição e consumo de bens e serviços. A economia deve considerar a questão social e ambiental.



Tipos de Sustentabilidade:

- **Sustentabilidade Ambiental:** A Sustentabilidade ambiental abrange a conservação e a manutenção do meio ambiente. Importante notar que, para que a sustentabilidade ambiental seja efetivada, as pessoas devem estar em harmonia com o meio ambiente, para obterem melhoria na qualidade de vida. O objetivo da sustentabilidade ambiental é que os interesses das gerações futuras não estejam comprometidos pela satisfação das necessidades da geração atual;



- **Sustentabilidade Social:** A sustentabilidade social sugere a igualdade dos indivíduos, baseado no bem estar da população. Para isso, é necessária a participação da população, com intuito de fortalecer as propostas de desenvolvimento social, acesso à educação, cultura e saúde;
- **Sustentabilidade Empresarial:** Atualmente, muitas estratégias de responsabilidade social de empresas estão pautadas na sustentabilidade. Produtos e ações sustentáveis na área empresarial ganham destaque e o gosto dos consumidores. As pessoas estão cada vez mais conscientes do peso ecológico e social de suas escolhas. Nesse caso, a empresa possui uma postura de responsabilidade com os valores ambientais e sociais. Além de fundamentada na preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida das pessoas;
- **Sustentabilidade Econômica:** A sustentabilidade econômica é fundamentada num modelo de gestão sustentável. Isso implica na gestão adequada dos recursos naturais, que objetivam o crescimento econômico, o desenvolvimento social e melhoria da distribuição de renda. Em resumo, corresponde à capacidade de produção, de distribuição e de utilização das riquezas produzidas pelo homem, buscando uma justa distribuição de renda.



1. **Economia Circular:** É um conceito que assenta na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia. Materializa-se na minimização da extração de recursos, maximização da reutilização, aumento da eficiência e desenvolvimento de novos modelos de negócios;
2. **Energias Alternativas:** Com a crescente crítica aos combustíveis fósseis e aumento de investimentos em recursos de energia solar, eólica, biomassa, etc., crescerão as soluções geradas pelas chamadas energias alternativas no limite tão eficazes quanto, mais baratas e menos poluentes que as energias tradicionais;
3. **Escassez de Recursos:** Enfrentando o crescimento populacional, a demanda de produção global e a dificuldade de repor o que é retirado do planeta a escassez de recursos de todos os tipos ganha cada vez mais força, alertando para a necessidade de aumentar as práticas sustentáveis em todos os níveis da sociedade;
4. **Mindset Verde:** Uma atitude que se revê em comportamentos de maior preocupação com a correta produção, armazenagem e descarte de recursos em roída a escla e cadeia de valor;
5. **Economia Compartilhada:** Os modelos tradicionais de troca de bens e de serviços estão ficando superados pelo fenómeno da interconectividade. A nova era que está se formando é a “era da cooperação” visível nos movimentos de compartilhamento e cooperação que crescem rapidamente. Economia Compartilhada (do inglês Sharing Economy) é a prática de dividir o uso ou a compra de serviços facilitada, principalmente, por aplicativos que possibilitam uma maior interação entre as pessoas.



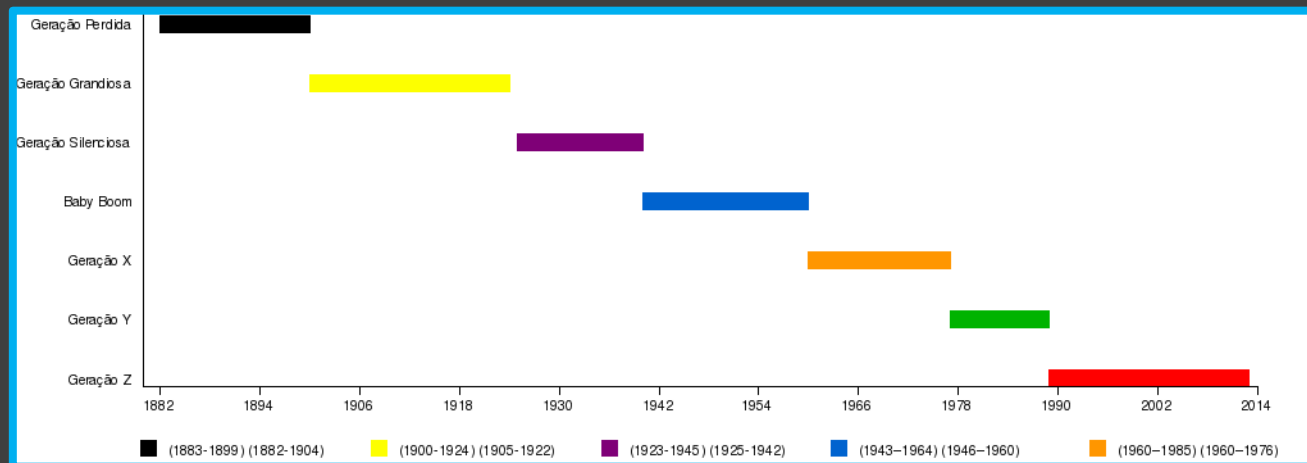
4. Gerações (<https://queconceito.com.br/geração>):

23

Toda vez que se fala de geração em um sentido social e humano se refere a dois tipos de elementos. Em primeiro lugar, geração é a capacidade que o ser humano tem de elaborar produtos, fenômenos ou acontecimentos de diversos tipos. Entretanto, a acepção mais comum e usada para este termo no campo social tem a ver com os grupos etários desenvolvidos de maneira sucessiva e que possuem características habituais, éticas e culturais específicas. Este conceito nos fala de conjuntos indefinidos de indivíduos que nascem em um período similar de anos (aproximadamente entre dez e trinta anos são tempo suficiente para marcar uma geração) e que compartilham elementos culturais, morais ou de crenças que marcaram suas vidas. Por causa deste sentido que o termo geração combina elementos sociais e culturais com elementos biológicos e físicos, e estes últimos variam (embora pouco) com o tempo, adaptando-se às peculiaridades de cada época.

O interessante da sucessão de gerações é que muitas vezes podem existir várias realidades e formas de ver o mundo dentro do mesmo grupo familiar, pois existe a convivência dos filhos com pais, avós, bisavós e tataravós. Normalmente, uma família com três gerações é o caso mais comum de coexistência geracional, embora muitas vezes as diferenças culturais ou sociais entre pares de gerações não está claramente definida.

Atualmente, a partir da segunda metade do século XX em diante, as sociedades ocidentais tem apresentado mudanças culturais significativas e a cada dez anos acontece uma nova geração com interesses, perspectivas, atitudes e valores completamente oposta a precedente e que segue a linha histórica.





1. Intrageneracionalidade: Com o aumento da expectativa de vida crescem situações de coexistência geracional nas empresas. É cada vez mais comum equipe de trabalho com pessoas das diferentes gerações, com o desafio crescente de gerenciar expectativas, opiniões, energias, vontades, etc., de grupos com diferentes visões e comportamentos;
2. Imigrantes vs Nativos digitais: Classificam-se como imigrantes digitais as pessoas nascidas antes de 1990 e como nativos digitais os nascidos após 1990, numa clara diferenciação entre aqueles que precisam aprender e entender o mundo digital e aqueles que já nasceram digitais;
3. Abertura aos Ecossistemas: Num mundo globalizado onde o conhecimento é diariamente transformado é fundamental estar aberto aos ecossistemas próprios ou de parceiros para manter uma velocidade aceitável de atualização e capacidade de reposta;
4. Times Multitask (Nômades): Com diferentes gerações e com a crescente mobilidade do mundo, cada vez mais nômade, a geração e gestão de times diversificados é um fator crítico de sucesso uma vez que se conseguem obter resultados mais completos (e complexos) de equipes com diversas formações, origens e comportamentos;
5. Propósito (Capitalismo Consciente): O porquê de existirmos ou o que nos move como profissional e como empresa ganha cada dia mais força na busca de um legado que gera resultados, do que a obsessão única e exclusiva por resultados financeiros. O movimento crescente de capitalismo consciente reforça a tendência de que empresas com propósito terão mais sucesso no futuro.

5. Life Long Learning:

Com a velocidade crescente da produção e compartilhamento de informação as bases de conhecimento atualizam-se permanentemente, prevendo-se que em 2020 o conhecimento humano dobre a cada 12 horas.

Paralelamente, a crescente busca por profissionais com domínio de competências emocionais e de gestão suplanta as meras competências técnicas. Sabendo-se que o modelo de educação se foca apenas na competência técnica com abordagens meramente expositivas fica claro que a necessidade de atualização ao longo da vida é um imperativo. Metodologias ativas onde o aluno assume papel principal no ato de educar, juntamente com o suporte das tecnologias educacionais (*edutech*), se apresenta como o caminho claro para o futuro da educação.

Considerando que a velocidade do mundo está em FF (*fast forward*) cabe aos seres humanos buscar, de forma regular e permanente, a atualização de conhecimento, construindo nas suas próprias trilhas de conhecimento na busca de uma evolução constante a nível humano, pessoal e profissional.

E neste quesito as empresas, através das suas iniciativas de educação, precisam dedicar mais tempo e mais recursos ao processo de capacitação dos seus colaboradores de forma regular, construindo uma oferta ajustada de conhecimento que esteja presente ao longo da vida.



As predições de gestão para o Life Long Learning:

1. **Micro Certificações (*Nanodegrees*):** Conteúdos de acesso e consumo rápido que permitam uma atualização regular de competências, utilizando a elevada disponibilidade da conexão e o acesso universal, permitem que as empresas consigam atuar em tempo nas demandas e alterações dos mercados. As micro certificações, certificações de curta-duração, são uma poderosa ferramenta para manter uma equipe pronta para o futuro;
2. **Professor Curador-Mentor:** Se no modelo tradicional de educação o professor era mais expositor de conteúdo, hoje o professor e o líder empresarial assumem papéis mais focados em selecionar os conteúdos mais ajustados a cada profissional (sendo curadores do que de relevante existe) e de mentores na orientação do caminho a seguir por cada indivíduo;
3. **Co-criação e Colaboração:** São as palavras do momento. Não há super-heróis isolados mas sim heróis que trabalham juntos, compartilham conhecimento e ideias e que conjuntamente desenvolvem soluções ajustadas aos contextos em que se vive. Capacitar para o trabalho colaborativo ajudará a ultrapassar as barreiras que se avizinham;
4. **Tech Education (*EduTech*):** Multiplicam-se as soluções tecnológicas que possibilitam a educação acessível e permanente: os designados sistemas LMS (*learn management systems*) possibilitam acesso remoto e virtual a todo o tipo de formação; plataformas de conhecimento gratuitas ou com acesso pago são hoje ferramentas poderosas na democratização do acesso e da difusão de informação;
5. **Universidade Corporativa:** Com a dificuldade crescente das Universidades ditas tradicionais se adaptarem ao novo modelo de evolução, abre-se espaço para que as Universidades Corporativas assumam o papel de capacitar e desenvolver os profissionais do futuro.



6. Inovação:

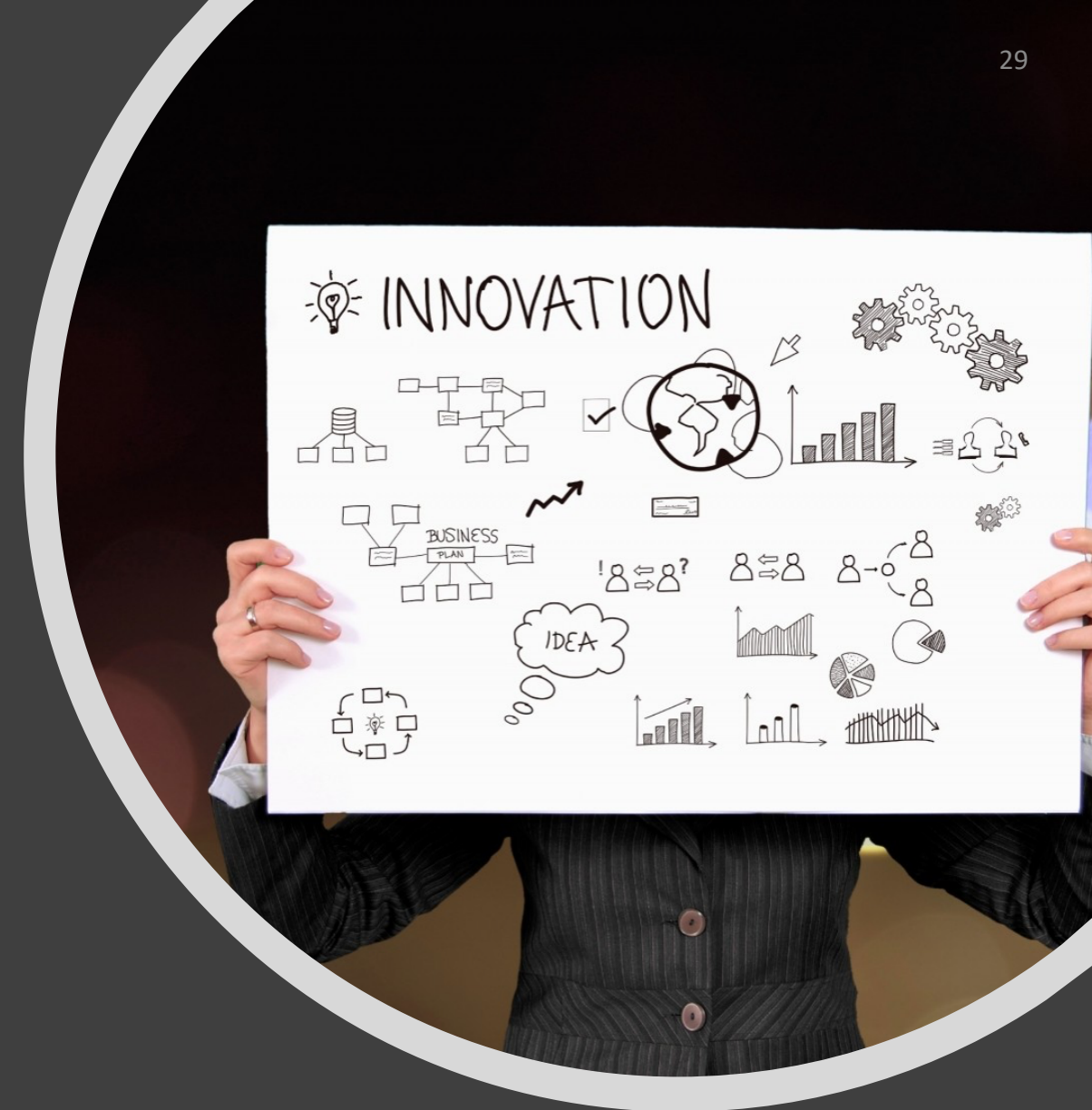
A Inovação tem ganho na última década importância crítica na sobrevivência das empresas. Inovação não significa tecnologia ou orçamentos inesgotáveis. Inovação significa Ideias Novas em Ação e não é mais do que a capacidade que as empresas e os seus colaboradores têm de entender o ecossistema onde estão inseridos, antecipar os movimentos e agir de forma proativa na criação de novas realidades e com isso garantirem a sua sobrevivência, perenidade e sucesso.

Mas esta capacidade de inovar não se resume a iniciativas soltas ou isoladas e muito menos terá o sucesso necessário se apenas se adotarem pontualmente movimentos chamados inovadores, como labs, hackathons ou eventos de criatividade. Mais do que tecnologias ou produtos, a inovação é uma disciplina empresarial com a capacidade de transformar o ecossistema e os negócios. Não sendo propriedade de um departamento ou um único profissional ela é responsabilidade de todos quantos coabitam o sistema empresarial independente de função hierárquica, antiguidade ou peso na empresa. Construir, fortalecer e disseminar uma Cultura de Inovação é o que fará a diferença entre as empresas que sobreviverão e as que passarão à história.



As predições de gestão para a Inovação:

1. Cultura de Inovação: Uma nova forma de estar na gestão assumindo que todos os colaboradores de uma empresa são fundamentais na adoção de uma cultura motivada e orientada à inovação, produzindo de forma regular ideias que possam manter a empresa numa dinâmica de evolução ajustada ao contexto onde atua;
2. Inovação Disruptiva: A absoluta necessidade de mirar em oportunidades de longo prazo tem motivado a busca por abordagens mais disruptivas, em que as soluções pensadas são alinhadas com a motivação dos clientes e visam construir alternativas aos negócios atuais. Não sendo a única vertente possível da inovação (existem também as vertentes inovação incremental pontual e inovação incremental permanente) é a que pode aportar mais valor e mais resultado aos negócios;
3. Framework de Inovação: Um processo de inovação é a base para se conseguir concretizar ideias em soluções (produtos, serviços, processos, etc.) e considera o alinhamento entre a estratégia e a inovação, os cenários futuros e as capacidades e recursos da empresa em conseguir implementar e manter um processo regular de geração, avaliação, implementação e acompanhamento de ideias;
4. Mapeamento de Cenários: Através de ferramentas de prospectiva e foresight, o mapeamento dos cenários futuros assume elevada importância no apoio à tomada de decisão presente, uma vez que é através dele que se podem antecipar oportunidades e/ou eliminar potenciais ameaças: É uma atuação regular que permite à empresa estar sempre um passo à frente;
5. Mentalidade TrendsInnovation: Provado ano após ano que as iniciativas de sucesso são aquelas que olham para fora, identificam cenários e tendências e com esse conhecimento se viram para dentro para desenvolver iniciativas alinhadas com o que os mercados estão solicitando. Mais que uma metodologia é uma mentalidade: inovar suportado pela lente das tendências.



7. Gestão Bottom Up:

Num mundo em elevada transição a gestão precisa ser cada vez mais descentralizada e com elevado empoderamento nas pontas, ou seja em quem está na linha de frente. O papel da gestão de topo é conseguir motivar, capacitar e dar as ferramentas corretas para que cada colaborador possa na sua função contribuir com informação atualizada e com propostas concretas para que se atue em tempo nas demandas e oportunidades mapeadas.

Os líderes do futuro assume-se como mentores e parceiros dos seus liderados, a quem dão o poder de propor, decidir e implementar soluções ágeis e que respondam, antes que a concorrência o faça, aos mercados.

Quem entende a realidade é quem a vive no dia-a-dia no terreno, na linha de frente. Tornar cada um desses colaboradores gestores do seu próprio negócio fortalece a rede empresarial e a homogeneidade da empresa passando a clara mensagem de que empresas engessadas e hierarquizadas fazem parte do passado. As empresas do presente e do futuro têm uma cultura abrangente de empoderamento e com isso retêm talento, servem melhor os clientes e entregam mais resultado.



As predições de gestão para a Gestão Bottom Up:

1. Empoderamento dos Times: Dar poder de análise, decisão e implementação em todos os níveis hierárquicos é uma forma de acelerar a capacidade de resposta das empresas, alinhando-as com as atuais necessidades de velocidade dos mercados;
2. Ideação Transversal: Ideação, ou a arte de ser criativo para os negócios, é algo que existe em potência em todos nós. Conseguir que cada um dos nossos colaboradores se sinta parte do todo e com isso mantenha uma atuação regular de geração de ideias constrói um legado difícil de ser copiado pela concorrência;
3. Colaboração & Oxigenação: Na linha do trabalho em equipe, o fortalecimento das redes colaborativas de trabalho acontece quando todos estão alinhados com o mesmo propósito e com isso se mantêm atualizados (oxigenados) sobre as mudanças e movimentos dos mercados. Seja formal ou informalmente a atualização de conhecimentos (técnicos, comportamentais e de gestão) é crítica para as empresas que querem ter equipes de alta performance;
4. Mentoria e Mentoria Reversa: Muito se fala da importância do *coach* ou da mentoria. Mas considerar a mentoria reversa (ser mentorado por alguém mais novo) é um desafio de gestão e de superação, de aprendizagem também, que nos fortalece como gestores, conhecendo opiniões e visões de pessoas que pertencem a outras gerações que não a nossa. A riqueza da diversidade de opiniões, visões, conhecimentos e atitudes;
5. Organização Horizontalizada: As empresas do futuro tenderão a reduzir a 4/5 níveis hierárquicos, no máximo, as suas estruturas organizacionais e os seus organogramas, com objetivo de serem mais fluídas, rápidas e ágeis na atuação nos mercados.



8. Mindset Startup:

Uma das grandes vantagens que as startups possuem é a sua elevada capacidade de adaptabilidade, teste, correção e abandono de projetos ou ideias quando não cumprem o previamente definido.

Adotar um mindset inspirado nas startups é adotar práticas, políticas e processos que pela sua flexibilidade conseguem corrigir rotas e caminhos de forma a não prejudicar a empresa em momentos delicados, ou que potenciem os resultados pela resiliência que se adota no ajuste de rota de trabalho.

Muitas vezes a lentidão na tomada de decisão, a burocracia e a forma engessada como a gestão atua prejudica o chamado *time to market* (t2m) permitindo eu outros (muitas vezes startups até) ganhem pedaços de mercado e tomem a dianteira em segmentos antes dominados pelas tradicionais corporações.

Pessoas, processos, projetos, decisões, departamentos, todos alinhados por uma flexibilidade crescente de *fail fast* (teste e falhe rápido) e que regularmente atuem em grupo e de forma ágil são os pilares de uma cultura e de uma mentalidade orientada ao futuro.



As previsões de gestão para o Mindset Startup:

1. **Cultura MVP:** MVP ou Produto Mínimo Viável é a capacidade de construir projetos beta para testar, corrigir e desenvolver num curto espaço de tempo, sem monopolizar recursos e tempo para algo que pode não dar certo. A cultura MVP significa quer tudo se testa antes de estar perfeito para lançamento;
2. **Metodologias Ágeis:** Uma alternativa credível à gestão tradicional de projetos. Nasceram no desenvolvimento de software, mas hoje podem ser aplicados a qualquer tipo de projeto. Os métodos ágeis vem ajudando muitas equipas a encarar a imprevisibilidades dentro de um projeto através de entregas incrementais e ciclos iterativos, sendo uma alternativa aos métodos tradicionais, também conhecidos como métodos pesados ou clássicos, buscando promover um processo de gerenciamento de projetos que incentiva a inspeção e adaptação frequente;
3. **Estratégia Flexível & Resiliência:** As ferramentas de planeamento e de gestão e as abordagens tradicionais estão perdendo espaço. O que antes era um planeamento de 3 ou 5 anos perdeu espaço para algo que precisa ser revisto. Planeamento estratégico flexível e adaptável permitirá às empresas uma elevada capacidade de se adaptar às mudanças dos mercados e reagir em tempo útil a transformações geradas por outros, sejam novos entrantes ou concorrentes;
4. **Squads de Trabalho:** Substituir grupos de trabalho homogêneos por equipas multidisciplinares que são orientadas por projetos específicos e que concentram todas as necessidades de resposta o projeto no qual estão trabalhando;
5. **Client Centric:** Conhecer o cliente, mapear a sua jornada, identificar as suas necessidades e descobrir a tarefa para a qual somos contratados (*job to be done*) fará a diferença na gestão de portfólios, estratégias de comunicação e de relacionamento futuros.



ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	4
2. SOBRE A INOVA CONSULTING	6
3. CAPÍTULO TEÓRICO	8
4. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	12
5. CONCLUSÃO	34

Seguindo o seu propósito de manter uma base permanente de atualização de conhecimento para ajudar a decisão estratégica, a Inova disponibiliza o resultado da sua pesquisa sobre as Global Trends 4 Business.

Desejamos que mais uma contribuição para que empresas e seus profissionais se preparem melhor para o futuro e para os desafios que ele encerra.

Caso pretenda evoluir na aplicação das Tendências ao seu negócio com o objetivo de preparar o futuro com mais sucesso e inovação fale com a gente: contato@inovaconsulting.com.br


Um abraço e até breve.

Luís Rasquilha

CEO | Inova Consulting + Inova Business School

Este documento e todo o seu conteúdo são propriedade da INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA. Pode ser duplicado, copiado, difundido e disseminado por todos quantos pretenderem utilizar o seu conteúdo para fins acadêmicos ou profissionais na forma que entenderem mais relevante. Solicitamos apenas a quem utilizar o todo ou partes deste documento que referenciem devidamente a fonte Inova Consulting e o site www.inovaconsulting.com.br.



A stylized city skyline composed of various building silhouettes in shades of blue and white. Below the skyline, a complex network of white circuitry lines and nodes extends across the width of the image, creating a digital or technological theme.

LUÍS RASQUILHA | CEO

+55 (11) 98560 7271 | Skype: lrasquilha

luis@inovaconsulting.com.br | www.inovaconsulting.com.br

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

Alameda Santos, 2441, 9º andar, Edifício Bela Santos, Jardim Paulista,

CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil

(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | www.inovaconsulting.com.br | www.inovabs.com.br



GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS® TREND REPORT 2019

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA
Alameda Santos, 2441, 9., Edifício Bela Santos, Jardim Paulista, CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil
(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | www.inovaconsulting.com.br