



Global Trends for Business | GT4B

ECOSSISTEMA INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | EDITORA



Global Trends for Business | GT4B

ECOSSISTEMA INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | EDITORA

REPORT WRITTEN IN PORTUGUESE AND ENGLISH

RELATÓRIO ESCRITO EM PORTUGUÊS E INGLÊS



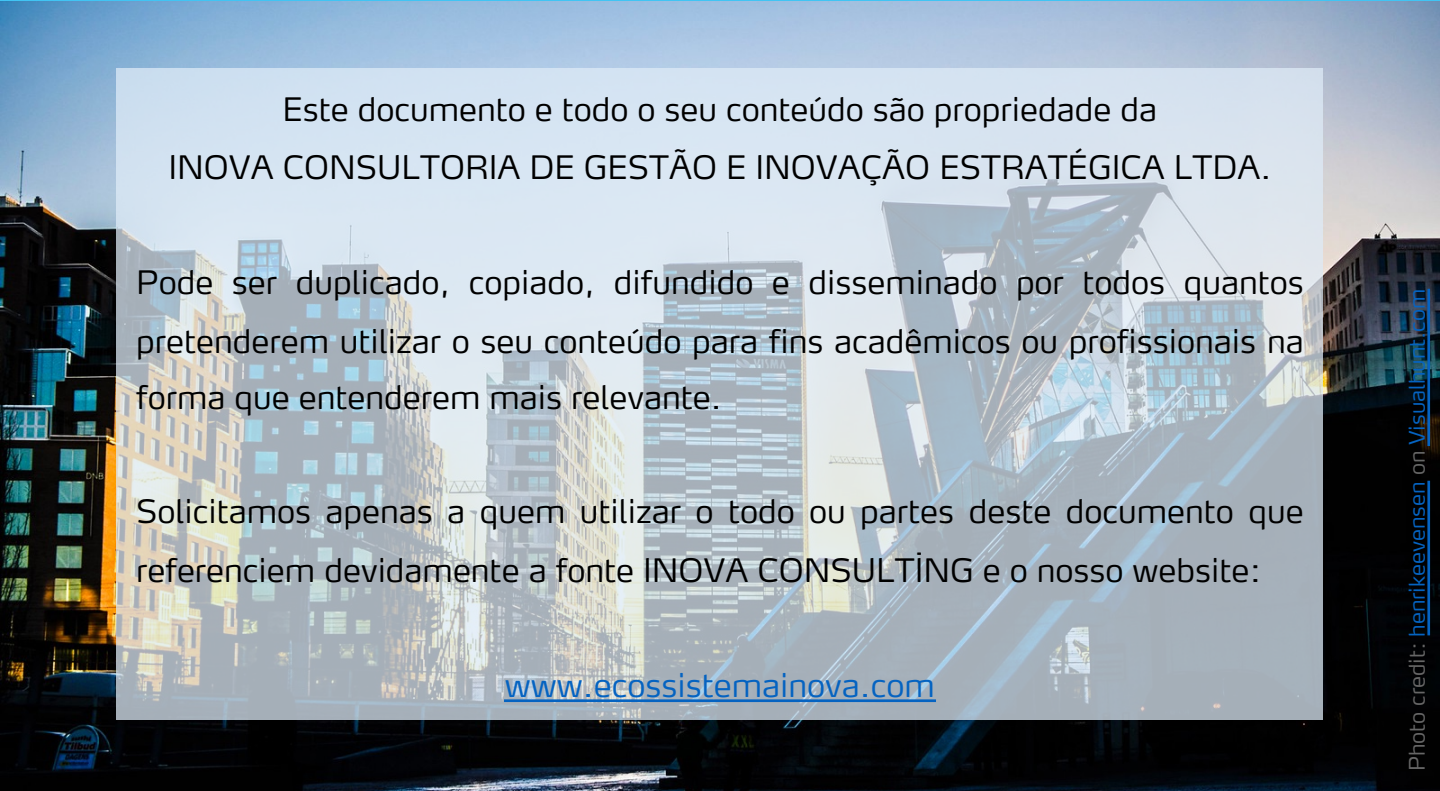
This document and all its contents are property of
INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

It may be duplicated, copied, disseminated and disseminated by anyone who
intends to use its content for academic or professional purposes in the way
they deem most relevant.

We only ask those who use all or parts of this document to duly reference the
INOVA CONSULTING source and our website:

www.ecossistemainova.com

Global Trends for Business | GT4B



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.ecossistemainova.com

TECHNICAL DATASHEET | GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS

INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72

CV: 9610, Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil

(11) 3075-2872 | www.inovawww.com

Coordenation: Luís Rasquilha

Font: MaxPro

Photo Credit: [Visualhunt](https://visualhunt.com)

© 2023 ALL RIGHTS RESERVED

Contact: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271 | luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OCTOBER 2023

Photo credit: [Scouse Smurf](https://scouse.smurf.com) [Visualhunt.com](https://visualhunt.com)

FICHA TÉCNICA | GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS

INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72

CV: 9610, Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil

(11) 3075-2872 | www.inovawww.com

Coordenação: Luís Rasquilha

Tipo de Letra: MaxPro

Créditos das Imagens: [Visualhunt](https://visualhunt.com)

© 2023 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Contato: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271 | luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OUTUBRO 2023

Photo credit: [suzyhazelwood](https://suzyhazelwood.com) [Visualhunt.com](https://visualhunt.com)

INDEX

1. INTRODUCTION AND BACKGROUND	6
2. INTRODUCTION TO "GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS"	10
3. ABOUT INOVA	12
4. THEORETICAL INTRODUCTION	16
5. METHODOLOGY	35
6. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	38
1. GLOBAL TRENDS	41
2. TRENDS 4 BUSINESS	62
7. INSIGHTS & CONCLUSIONS	106

Photo credit: www.visualhunt.com

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO E ENQUADRAMENTO	6
2. INTRODUÇÃO AO "GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS"	10
3. SOBRE A INOVA	12
4. INTRODUÇÃO TEÓRICA	16
5. METODOLOGIA	35
6. GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS	38
1. GLOBAL TRENDS	41
2. TRENDS 4 BUSINESS	62
7. INSIGHTS & CONCLUSÕES	106

Photo credit: www.visualhunt.com

1. Introduction and Background

1. Introdução e Enquadramento

Photo credit: on [VisualHunt](#)

1. Introduction and Background

We are facing the greatest transformation in history, where the winning business models will be those that manage to develop a high capacity to anticipate the future and adapt to the new.

New work, relationship and value delivery models will dictate the rules by which everyone will be governed.

In times of great and profound changes, such as the ones we are experiencing, curiosity about what lies ahead takes shape and strength in agendas. Understanding the future is no longer a mere curiosity of some academics or researchers. Understanding the future has now become essential for the survival of our companies, our businesses and ourselves. To face what is coming with optimism, there are several possibilities: the most effective, in our opinion, the result of more than a decade of experience, is to study and map the future through the lens of Trends.

1. Introdução e Enquadramento

Estamos perante a maior transformação da história, onde os modelos de negócios vencedores serão aqueles que conseguirão desenvolver uma elevada capacidade de antecipar o futuro e de se adaptar ao novo.

Novos modelos de trabalho, de relacionamento e de entrega de valor ditarão as regras pelas quais todos se vão reger.

Em tempos de grandes e profundas mudanças, como as que vivemos, a curiosidade sobre o que vem pela frente ganha forma e força nas agendas. Entender o futuro não é mais mera curiosidade de alguns académicos ou pesquisadores. Entender o futuro tornou-se agora indispensável à sobrevivência das nossas empresas, dos nossos negócios e de nós mesmos. Para encarar com otimismo o que aí vem existem várias possibilidades: a mais eficaz, na nossa opinião, resultado de mais de uma década de experiência, é estudar e mapear o futuro através da lente das Tendências.

1. Introduction and Background

In the last 15 to 20 years many companies around the world have dedicated their time to the topic of Trends research. Several companies and networks have established themselves for the quality of their research and content, such as Burrus Research, Now and Next, TrendWatching, Science of the Time, Trend Hunter, Cool Hunter, Springwise, Brain Reserve or Shaping Tomorrow, just to name the most representative. Many universities and centers associated with the academic world have also taken significant steps and high contributions to the topic of Trends research. Because its importance for business decision-making is recognized today, it is not possible to decide the direction of a business and a company without seriously considering this analysis.

Those who are concerned about the future know the volatility that exists today due to the speed at which everything happens. The Future is already present. And we need to permanently look ahead, anticipate the next decade. If what we experienced in the last decade already showed us the level of changes, we are subject to, we can guarantee that we only know a tiny part of what is to come.

1. Introdução e Enquadramento

Nos últimos 15 a 20 anos muitas empresas pelo mundo têm dedicado o seu tempo ao tema da pesquisa de Tendências. Várias empresas e redes se afirmaram pela qualidade de sua pesquisa e de seus conteúdos, como Burrus Research, Now and Next, TrendWatching, Science of the Time, Trend Hunter, Cool Hunter, Springwise, Brain Reserve ou Shaping Tomorrow, apenas para enumerar as mais representativas. Muitas universidades e centros associados ao mundo acadêmico também têm dado passos significativos e contribuições elevadas ao tema da pesquisa de Tendências. Porque se reconhece hoje a sua importância para a tomada de decisão empresarial não é possível decidir o rumo de um negócio e de uma empresa sem considerar de forma séria esta análise.

Quem se preocupa com o futuro sabe a volatilidade que existe hoje pela velocidade em que tudo acontece. O Futuro é já presente. E precisamos de forma permanente olhar adiante, antecipar a próxima década. Se o que vivemos na última década já nos mostrou o nível de mudanças, a que estamos sujeitos, podemos garantir que apenas conhecemos uma ínfima parte do que está por vir.

1. Introduction and Background

This decade shows us, day after day, all kinds of transformations never seen before, with high levels of disruption and high personal and professional demands on each one of us. Understanding what is happening and what will materialize in the coming years means minimizing the impacts of these transformations on our businesses and our lives and taking advantage of the countless opportunities that lie ahead of us.

Welcome to Inova's Global Trends 4 Business.

We hope that our work continues to be a strong inspiration and a contribution for companies and their professionals to better prepare for the future and the challenges it entails.

If you intend to evolve in the application of these trends in your business, contact us: contato@inovaconsulting.com.br.

An experienced, tuned, futuristic and innovative team is at your disposal.

Good reading.

Luis Rasquilha

luis@ecossistemainova.com

1. Introdução e Enquadramento

Esta década mostra-nos dia após dia todo o tipo de transformações nunca vistas, com elevados níveis de disrupção e elevada exigência pessoal e profissional a cada um de nós. Entender o que está acontecendo e o que se materializará nos próximos anos significa minimizar os impactos dessas transformações em nossos negócios e em nossas vidas e aproveitar as inúmeras oportunidades que se desenham à nossa frente.

Bem vindo ao Global Trends 4 Business da Inova.

Desejamos que o nosso trabalho continue sendo uma forte inspiração e 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 destas tendências no seu negócio fale conosco: contato@inovaconsulting.com.br.

Uma equipe experiente, atendida, futurista e inovadora está à sua disposição.

Boa leitura.

Luis Rasquilha

luis@ecossistemainova.com

2. Introduction to “Global Trends 4 Business”

2. Introdução ao “Global Trends 4 Business”

2. Introduction to “Global Trends 4 Business”

Inova, since its creation in 2009, has been on a journey of building knowledge, which it makes available free of charge to the market, with the aim of contributing to the improvement of businesses and companies.

In 2018, we started our Report Whats Next (with an updated edition in 2021) where we present an integrated view of Mega Trends, Behavioral Trends and Business Trends.

We have now updated Global Trends 4 Business (initially published in 2019) with an exclusive focus on Business Trends.

With 5 Global Trends, also called Tsunamis, and 10 Trends 4 Business, this Report Global Trends 4 Business (GT4B) is yet another contribution to support management in this decade of great changes. It's just one more piece in the 1000-piece puzzle we need to build to stay competitive.

We hope it will help in reflection and strategic decision.

2. Introdução ao “Global Trends 4 Business”

A Inova, desde a sua criação em 2009, tem vindo numa jornada de construção de conhecimento, que disponibiliza gratuitamente ao mercado, com o objetivo de contribuir para a melhoria dos negócios e das empresas.

Em 2018 demos início ao nosso Report Whats Next (com edição atualizada em 2021) onde apresentamos uma visão integrada de Mega Tendências, Tendências Comportamentais e Tendências de Negócio.

Agora atualizamos o Global Trends 4 Business (inicialmente publicado em 2019) com foco exclusivo em Tendências de Negócio.

Com 5 Gobal Trends, também chamados de Tsunamis, e 10 Trends 4 Business, este Report Global Trends 4 Business (GT4B) é mais uma contribuição para apoiar a gestão nesta década de grandes mudanças. É mais uma peça no quebra cabeças de 1000 peças que precisamos construir para nos mantermos competitivos.

Esperamos que ajude na reflexão e na decisão estratégica.



3. About Inova

3. Sobre a Inova



3. About Inova

INOVA is a global ecosystem, creator of the TrendsInnovation management concept, headquartered in Brazil and present in Europe and the USA, which operates in an integrated manner in the future, scenarios, trends, strategy and innovation.

TRENDSINNOVATION

Map and identify the transformations that will occur in the future (futurism), through the study and analysis of prospective movements (foresight) and trends that are manifested at a global level. Innovation management and business planning as sustainable competitive advantages, through strategic proposals that ensure the result and longevity of the company and the business, in constant moments of transition.

Use the knowledge generated by Trends for Strategic Management and Innovation in companies.

www.ecossistemainova.com

TRENDSINNOVATION
FUTURE | TRENDS | INNOVATION

3. Sobre a Inova

A INOVA é um ecossistema global, criador do conceito de gestão TrendsInnovation, com matriz no Brasil e presença na Europa e EUA, que atua de forma integrada em futuro, cenários, tendências, estratégia e inovação.

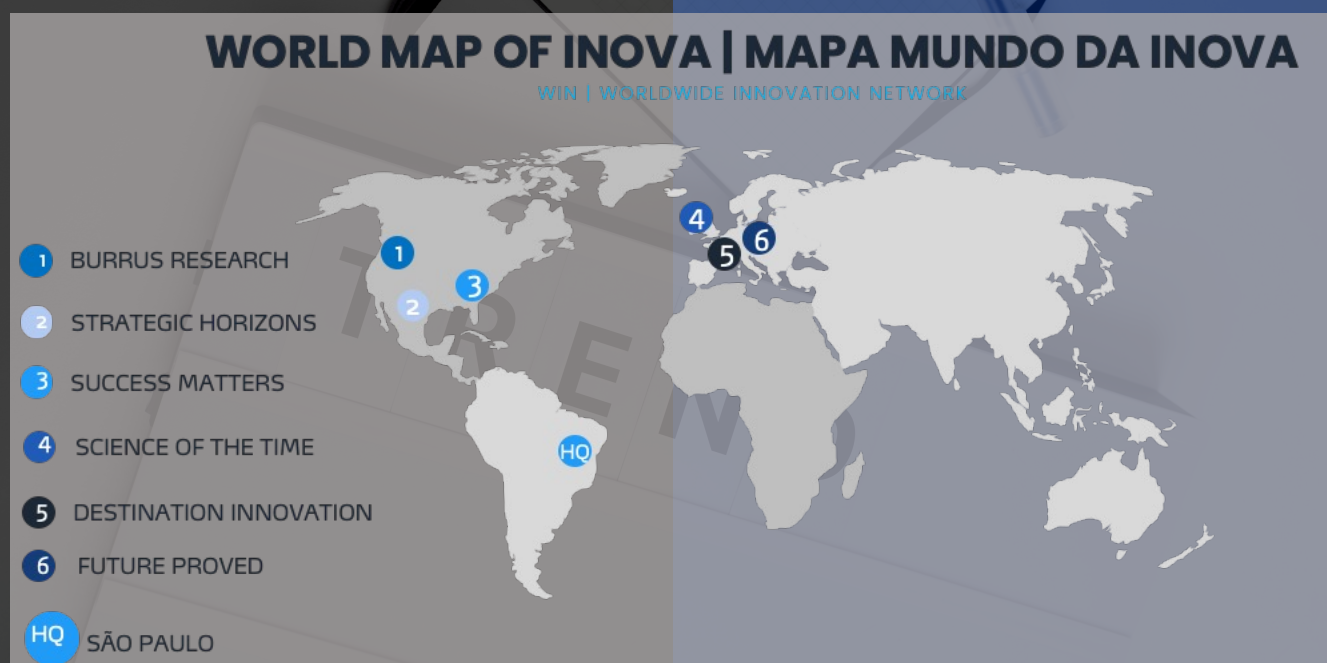
TRENDSINNOVATION

Mapear e identificar as transformações que ocorrerão no futuro (futurismo), através do estudo e análise dos movimentos prospectivos (foresight) e tendências que se manifestam a nível global. Gestão da inovação e planejamento de negócios como vantagens competitivas sustentáveis, por meio de propostas estratégicas que garantam o resultado e a perenidade da empresa e do negócio, em constantes momentos de transição.

Utilizar o conhecimento gerado pelas Tendências para Gestão Estratégica e Inovação nas empresas.

www.ecossistemainova.com

TRENDSINNOVATION
FUTURO | TENDÊNCIAS | INOVAÇÃO



INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Fiscal Address | Endereço fiscal:

Rua Ozorio José da Cunha, número 979, sala 1. Bairro: Brasil Cidade: Uberlândia/MG
CEP: 38400-648

Office Address | Endereço escritório:

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72 CV: 9610 Bela Vista, São Paulo, SP,
CEP: 01311-930

(11) 3075-2872 |

www.ecossistemainova.com

3. About Inova

1. RESEARCH: Drivers of change, Prospective studies, Scenario Mapping, Trends studies, Business Foresight, Best Practices, Benchmarks, Trend Tracking, Coolhunting;
2. CONSULTING: Innovation Management (TrendsInnovation, Innovation Culture, Disruptive Innovation, Open Innovation); Strategic planning (SBB); Digital Transformation, Full Agile, Management Transformation (Business Pulse, Corporate Ambidexterity, Lid360 (leadership);
3. BUSINESS SCHOOL: Executive Programs (MBA TrendsInnovation, Post-MBA TrendsInnovation, TrendsInnovation Board Programme, Corporate Ambidexterity Programme), Others (Masters & Nanodegrees, Inova Day, In Company Programs, Lectures & Seminars, Advisor & Mentoring);
4. ONLINE: Asynchronous courses, Hybrid courses, Open Platform;
5. PUBLISHING COMPANY: Books POD (Print on Demand).

3. Sobre a Inova

1. RESEARCH: Drivers de Mudança, Estudos Prospectivos, Mapping de Cenários, Estudos de Tendências, Foresight de Negócio, Best Practices, Benchmarks, Trend Tracking, Coolhunting;
2. CONSULTING: Gestão da Inovação (TrendsInnovation, Cultura de inovação, Inovação disruptiva, Inovação aberta), Planejamento Estratégico (SBB), Transformação Digital, Full Agile, Management Transformation (Business Pulse, Ambidestria Corporativa, Lid360 (Liderança);
3. BUSINESS SCHOOL: Programas Executivos (MBA Executivo TrendsInnovation, Pós MBA TrendsInnovation, Programa de Certificação de Conselheiros, TrendsInnovation, Programa de Ambidestria Corporativa, Outros (Masters & Nanodegrees, Inova Day, Programas In Company, Palestras & Seminários, Advisor & Mentoring);
4. ONLINE: Cursos Assíncronos, Cursos Híbridos, Plataforma Aberta;
5. EDITORA: Livros POD (Print on Demand).



4. Theoretical Framework

4. Enquadramento Teórico

Photo credit: [pni](#) on [VisualHunt](#)

4. Theoretical Framework

1. Concepts and Definitions

When working with Trends, the first thing to do is to differentiate the various concepts on the subject. Thus: A TREND is defined as a change and alteration capable of influencing business dynamics and consumer behavior. And they break down as follows:

#1 MEGATRENDS (10/+ years): movements and changes (large-scale) in social, economic, political, environmental and technological terms, which are consistently manifested in current reality, and which will decisively influence the future.

#2 BEHAVIORAL TRENDS (3/5 years): change processes that result from the observation of consumer behavior and that originate the creation and development of new ideas: business, product or service, brand or action.

4. Enquadramento Teórico

1. 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 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 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. Theoretical Framework

1. Concepts and Definitions

#3 BUSINESS (2 years): changes in the market resulting from the performance of the players, the behavior of consumers and the economic, political and social realities that influence the way companies make decisions in their businesses, considering areas of activity and strategic bets for the future.

#4 EMERGING TRENDS (12 months): events that materialize quickly and scalably in the short term and that condition and direct the reality of business.

#4.1 SPECIFIC TRENDS | SPECIFIC TRENDS: The trends to consider for a given business.

The correct identification of Trends is the basis for defining business Insights (ideas).

#5 INSIGHTS: strategic articulations resulting from trends that allow business decision-making on scenarios, paths and future action plans.

4. Enquadramento Teórico

1. Conceitos e Definições

#3 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 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.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

Not long ago, one of the goals of traveling abroad was to buy something different from what we had in our country. But, because of globalization, that ended. Nowadays, if we buy a piece of any designer brand in Milan, New York, or Tokyo, only the price changes.

This globalization has given more and more importance to the search for what is different, what is new, what is inspiring.

To identify these opportunities, based on differentiation, on what is new, on what is inspiring, the Trends survey is the best way to guarantee a significant reduction in error and risk, since, as it is an analysis of consumer behavior (and also changes global) allows you to effectively identify these opportunities.

But for this work to be truly effective, it is necessary to adopt a Trends research methodology. It is called CoolHunting, the Cool hunt, carried out by CoolHunters, Cool hunters or Trend hunters.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Não muito tempo atrás, um dos objetivos de viajar para o estrangeiro era comprar o que fosse diferente do que tínhamos no nosso país. Mas, por culpa da globalização isso acabou. Hoje em dia, se comprarmos uma peça de qualquer marca griffe em Milão, Nova Iorque, ou Tóquio, só o preço muda.

Essa globalização tem dado cada vez mais importância à busca do diferente, do novo, do inspirador.

Para identificar essas oportunidades, assentes na diferenciação, no novo, no inspirador, a pesquisa de Tendências é a melhor forma de garantir uma significativa redução do erro e do risco, uma vez que por se tratar de análise de comportamentos do consumidor (e também mudanças globais) permite com eficácia identificar essas oportunidades.

Mas para que esse trabalho seja verdadeiramente eficaz é necessário a adoção de uma metodologia de pesquisa de Tendências. Designa-se por CoolHunting, a caça do Cool, levada a cabo pelos CoolHunters, caçadores do Cool ou caçadores de Tendências.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

CoolHunters are fundamental elements for the elaboration of Trend Reports, Reports of Trends, reports that compile, analyze and give meaning to the work carried out by CoolHunters. We often ask ourselves where all these socio-cultural movements come from that drag the whole society in one direction. We are aware of these changes every day.

In everyday life, there is a noticeable change in behavior, values and lifestyles, which have progressively acquired a name: Trends. Specialists in Trends, as well as consultancy companies in Trends and in anticipating them, began to emerge.

In general, global transformations, the convergence of cultures, the emergence of new values and the importance given to consumption by contemporary society are analyzed. Deep down, these are the factors that brands seek to know and on which they are based when they are created.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Os CoolHunters são elementos fundamentais para a elaboração dos Trend Reports, Relatórios de Tendências, relatórios que compilam, analisam e dão significado ao trabalho realizado pelos CoolHunters. Muitas vezes, questionamo-nos de onde surgem todos estes movimentos socioculturais que arrastam toda a sociedade em uma só direção.

Diariamente nos apercebemos destas mudanças. Na vida cotidiana é notável uma mudança regular de comportamentos, valores, estilos de vida, que têm progressivamente adquirido um nome: Tendências. Foram surgindo, assim, especialistas em Tendências, bem como empresas de consultoria em Tendências e na antecipação das mesmas.

De modo geral, são analisadas as transformações globais, a convergência de culturas, o aparecimento de novos valores e a importância dada ao consumo pela sociedade contemporânea. No fundo, estes são os fatores que as marcas procuram saber e nos quais se estão baseando quando são criados

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

its products and services, in order to individualize them, satisfying the increasingly demanding needs of the consumer.

To attract more consumers, and in addition to using marketing and communication strategies, companies often turn to CoolHunters, with the aim of building an imaginary and an exclusive and unique image: fundamental elements for any successful company.

This is a new figure whose function is to work with all sectors labeled lifestyle, a set of symbols from design, fashion, technology, art, among others.

The CoolHunters' task is to share the values, languages and lifestyles of consumer tribes. They are people with a strong creative vocation to capture signs of renewal coming from the world's subcultures.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

seus produtos e serviços, a fim de os individualizar, satisfazendo as necessidades cada vez mais exigentes do consumidor.

Para atrair mais consumidores, e para além do uso de estratégias de marketing e comunicação, as empresas recorrem muitas vezes aos *CoolHunters*, tendo como objetivo construir um imaginário e uma imagem exclusiva e única: elementos fundamentais para qualquer empresa de sucesso.

Esta é uma nova figura que tem como função trabalhar todos os setores etiquetados de *lifestyle*, um conjunto de símbolos provenientes do design, da moda, da tecnologia, da arte, entre outros.

A tarefa dos *CoolHunters* está em partilhar os valores, as linguagens e os estilos de vida próprios das tribos de consumo. São pessoas com forte vocação criativa para captar sinais de renascimento proveniente das subculturas mundiais.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

They are attentive observers of society's behavior and needs, are constantly updated and identify trends applied to all areas.

They are people of extreme sensitivity, they observe and analyze everything that awakens their senses (because it is different and interesting), they write down opinions of strangers that influence the attitudes of groups, they browse blogs, websites, social networks and virtual communities, they walk the road and travel frequently, analyze shop windows (with a critical eye), frequent new places to understand their influences and inspirations, clubs, public transport, markets, collect photographs, prospectuses, show programs, attend theaters and galleries, are interested in art, go through everything with a fine-tooth comb, always looking for new signs and new behaviors.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

São observadores atentos aos comportamentos e necessidades da sociedade, estão em constante atualização e identificam Tendências aplicadas a todas as áreas.

São pessoas de sensibilidade extrema, observam e analisam tudo o que lhes desperta os sentidos (por ser diferente e interessante), anotam opiniões de desconhecidos que influenciam as atitudes dos grupos, navegam em blogs, websites, redes sociais e comunidades virtuais, andam pela estrada e viajam frequentemente, analisam as vitrines (com visão crítica), frequentam locais novos para perceber as suas influências e inspirações, baladas, transportes públicos, mercados, recolhem fotografias, prospectos, programas de shows, frequentam teatros e galerias, interessam-se por arte, passam tudo a pente fino sempre à procura de novos sinais e novos comportamentos.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

CoolHunting is then the disciplined observation and recording of events and phenomena – Cool Examples (Social, Cultural and Behavioral, Political, Economic and Historical, Marketing, Communication and Brand) – that have the power to influence the current and future behavior of consumers.

Cool Examples are individualized observations that are collected by Trend Observers (Coolhunters) and that, in order to be valid and useful for the purposes of a “Coolhunt”, must:

- Be representative of the Trend(s) under observation/analysis;
- Be attractive – that is, draw attention; Be inspiring – that is, having the ability to generate “insights” beyond their most obvious interpretation;
- Indicate having growth potential or the ability to infect groups and segments of people that support a business and its results.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

CoolHunting é então a observação e o registro disciplinados de acontecimentos e fenômenos – *Cool Examples* (Sociais, Culturais e Comportamentais, Políticos, Econômicos e Históricos, de Marketing, Comunicação e Marca) – que têm o poder de influenciar o comportamento atual e futuro dos consumidores.

Os *Cool Examples* são observações individualizadas que são recolhidas pelos observadores de Tendências (*Coolhunters*) e que para serem válidas e úteis aos propósitos de um “*Coolhunt*” devem:

- Ser representativas da(s) Tendência(s) em observação/análise;
- Ser atrativas – ou seja, que chamem a atenção;
- Ser inspiradoras – ou seja, que tenham a capacidade de gerar “insights” para além da sua interpretação mais óbvia;
- Indicar ter potencial de crescimento ou a capacidade de contagiar grupos e segmentos de pessoas que suportem um negócio e os seus resultados.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

CoolHunting is not just limited to discovering new Trends for common benefits. It can be used for forensic investigations, by investors, in finance, sales, marketing, etc. Structuring a CoolHunting process follows the orientation of the three I's:

Identification, Interpretation and
Implementation:

- Identification – Observing changes and identifying trends arising from those same changes is the 1st step of the CoolHunting process and can be conducted by a variety of methods.
 - The first observation – studying the change in consumers – is usually done informally, spending some time observing and questioning consumers in the field. This involves remote observation, in-depth inquiries, photography and ethnography. Formal observation techniques offer high rigor and systematization of the process.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

O CoolHunting não está só limitado à descoberta de novas Tendências para benefícios comuns. Pode ser utilizado para investigações forenses, por investidores, na área financeira, nas vendas, no marketing, etc. Estruturar um processo de CoolHunting segue a orientação dos três I's:

Identificação, Interpretação e
Implementação:

- Identificação – A observação das mudanças e a identificação das Tendências provenientes dessas mesmas mudanças são o 1.º passo do processo de *CoolHunting* e pode ser conduzido por uma variedade de métodos.
 - A primeira observação – estudar a mudança nos consumidores – normalmente é realizada informalmente, dispendendo algum tempo observando e questionando os consumidores no campo. Isto envolve observação à distância, inquéritos profundos, fotografias e etnografia. As técnicas de observação formais oferecem um elevado rigor e uma sistematização do processo.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

- The second observation – study of individual survey data – is derived from polling and media data as a complement to the first observation.
- Interpretation – Analyzing and judging the Trend in order to predict how it will develop is the 2nd step of the process. If this task is not performed, the most likely thing that will happen is to use only this information for something creative in a short-term communication campaign, making it impossible to strategically use this Trend and predict its size, effect and involvement. There is no doubt that effective Trend Interpretation is a systematic process, based on causal analysis – analyzing why the Trend is and how it will develop. In addition to being able to use feeling, it is important to resort to rigor. Interpretation requires knowledge of sociology, management and strategy, innovation, marketing and social science theories. One can only interpret after identifying.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

- A segunda observação – estudo de dados de pesquisa de indivíduos – é obtida por dados de sondagens e de mídia como complemento da primeira observação.
- Interpretação – Analisar e julgar a Tendência, de modo a prever como esta se vai desenvolver é o 2.º passo do processo. Se não se executar essa tarefa, o mais provável que acontecerá é utilizar apenas essa informação para algo criativo numa campanha de comunicação a curto-prazo, tornando-se impossível utilizar estrategicamente essa Tendência e prever o seu tamanho, efeito e envolvimento. Não há dúvida que a interpretação eficaz de Tendências é um processo sistemático, baseado numa análise causal – analisar o porquê da Tendência e como se irá desenvolver. Além de se poder utilizar o *feeling* é importante recorrer ao rigor. A interpretação requer conhecimentos das teorias da sociologia, da gestão e estratégia, da inovação, do marketing e das ciências sociais. Só se pode interpretar depois de identificar.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

However, this is not the end of the observation process. The Trend will continue to be monitored at the time such an interpretation is established and is likely to develop. The longer your monitoring lasts, the more evidence will be obtained regarding that Trend. Thus, the potential impact of the Trend on the market is (almost) certain.

- Implementation – The last step is undoubtedly the most essential of this entire process. CoolHunting's ultimate goal is to help companies decide the best strategy for the future. This last step deals with the impact of the analysis: the effect the Trend will have on the individual sector or business. At this stage, ways are found to build the Trend to advantage and insert it into the company's strategy. Thus, it is necessary to establish which Trends are most relevant to a given situation and then determine how these same Trends can be effectively exploited.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Contudo, não é o fim do processo de observação. A Tendência deverá continuar a ser monitorada no momento em que a tal interpretação é estabelecida e que provavelmente se desenvolverá. Quanto mais tempo durar o seu monitoramento, mais provas serão obtidas relativamente a essa Tendência. Deste modo, é (quase) certo o potencial impacto da Tendência no mercado.

- Implementação – O último passo é, sem dúvida, o mais essencial de todo este processo. O último objetivo do CoolHunting é ajudar as empresas a decidirem a melhor estratégia para o futuro. Este último passo lida com o impacto da análise: o efeito que a Tendência terá sobre o setor individual ou comercial. Nesta fase, encontram-se formas de construir a Tendência sob vantagem e inseri-la na estratégia da empresa. Assim, há que estabelecer que Tendências são mais relevantes para uma determinada situação e depois determinar como se podem explorar de forma eficaz essas mesmas Tendências.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

Completing this three-step process (Identification, Interpretation and Implementation) provides valuable support for the Consumer Trends area. However, for this process to start, the company will have to be prepared with a 360º vision, an open mind to innovation, free of prejudice, with a high spirit of informality and anti-traditionalism, and with an infrastructure that allows efficient inputs and the implementation of data relating to Trends.

CoolHunting focuses on the Future. And focusing on the future presupposes a focus on the consumer and a way of being free of preconceived ideas in isolation, free of preconceived ideas based on assumption, free of preconceived ideas originating from others (media, experts) , open to different interests, sectors and ideas, and with a systematic attitude of seeking out the new.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Completar este processo de três passos (Identificação, Interpretação e Implementação) fornece uma preciosa ajuda para a área das Tendências dos consumidores. Contudo, para este processo se iniciar, a empresa terá de estar preparada com visão 360º , mente aberta à inovação, livre de preconceitos, com elevado espírito de informalidade e anti-tradicionalismo, e com uma infraestrutura que permita *inputs* eficientes e a implementação de dados relativos às Tendências.

O *CoolHunting* foca-se no Futuro. E focar-se no futuro pressupõe o enfoque sobre o consumidor e uma forma de estar livre de ideias pré-concebidas isoladamente, livre de ideias pré-concebidas com base na suposição, livre de ideias pré-concebidas originárias de outros (mídia, especialistas), aberto a diferentes interesses, setores e ideias, e com uma atitude sistemática de procura do novo.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

CoolHunting is a unique discipline that requires a non-traditional approach from both individuals and organizations. Before starting the process, there has to be preparation on both sides. It also requires certain attitudes and skills (qualifications and competences). Anyone working in statistics or sales will have to focus more on individual people.

Those working in traditional market research will have to focus more on the future, and they should already have a focus on individual people. CoolHunters are focused on the future but should be more systematic. A company that has been working in a specific sector for a long time will need to open up more and find ideas and possible developments in other sectors. Those that have a strong sales culture will then have to develop a greater culture of innovation, and so on.

An essential quality for CoolHunting is the interest in the motivations and behavior of consumers. Basically, consumers are the focus of all Trend research activity.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

O *CoolHunting* é uma disciplina única que requer uma abordagem não tradicional, tanto de indivíduos como de organizações. Antes de iniciar o processo, tem que haver uma preparação de ambas as partes. Requer igualmente determinadas atitudes e habilidades (qualificações e competências).

Quem trabalha com estatística ou venda, terá de se focar mais em pessoas individuais. Quem trabalha com pesquisa de mercado tradicional, terá de focar mais no futuro, sendo que já deverá possuir um enfoque nas pessoas individuais. Os *CoolHunters* são focados no futuro mas deverão ser mais sistemáticos. Uma empresa que trabalhe há muito tempo num setor específico precisará de se abrir mais e de encontrar ideias e possíveis desenvolvimentos em outros setores. Aquelas que possuem uma cultura forte de vendas terão então de desenvolver uma maior cultura de inovação e assim sucessivamente.

Uma qualidade imprescindível para o *CoolHunting* é o interesse nas motivações e no comportamentos dos consumidores. No fundo, são os consumidores o *focus* de toda a atividade de pesquisa de Tendências.

4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

What differentiates market research and trend research is the focus – the former ask “why are consumers doing this” while the latter, although asking the same question, still ask themselves “what will they do next?”. Success is also in the training you have to think about the future implications of each piece of data obtained. They will also have to have more intuition and deduction than market research.

TrendsLator e Innovation Matrix:

TrendsLator and the Innovation Matrix are methodologies to give applicable meaning to each Trend in a given business context.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

O que diferencia a pesquisa de mercado e a pesquisa de Tendências é o *focus* – os primeiros questionam “porque é que os consumidores estão fazendo isso” enquanto os segundos, embora perguntem o mesmo, ainda se questionam “o que farão depois?”. O sucesso está também no treino que se tiver de pensar sobre as implicações futuras de cada dado obtido. Terão igualmente de possuir mais intuição e dedução do que as pesquisas de mercado.

TrendsLator e Innovation Matrix:

O *TrendsLator* e o *Innovation Matrix* são metodologias para dar significado aplicável a cada Tendência em determinado contexto empresarial.

4. Theoretical Framework

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

O *Trendslator* identifica a estrutura da pesquisa de *CoolHunting* definindo objetivos, fontes de informação, tendências relacionadas ao tema e seu significado, sendo a base da construção de insights. É o tradutor de tendências.



4. Theoretical Framework

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Trendslator identifies the structure of the CoolHunting research by defining objectives, information sources, trends related to the topic and its meaning, being the basis for building insights. It is the translator of trends.



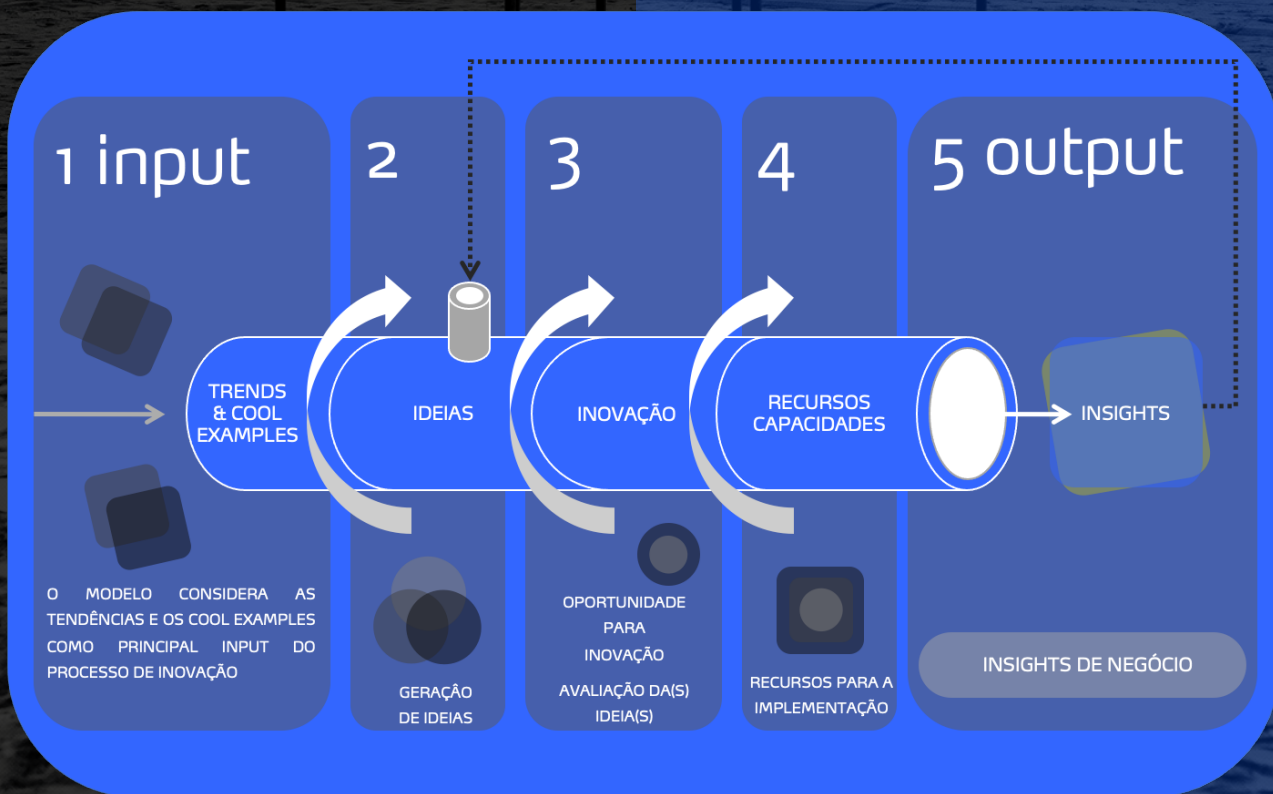
4. Theoretical Framework

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

O Innovation Matrix, como matriz de análise e recomendação sequencial, perspectiva os insights resultantes de uma análise profunda de tendências, *cool examples*, ideias e impacto na inovação, definindo ainda os recursos necessários à sua aplicação efetiva no negócio.

INNOVATION MATRIX



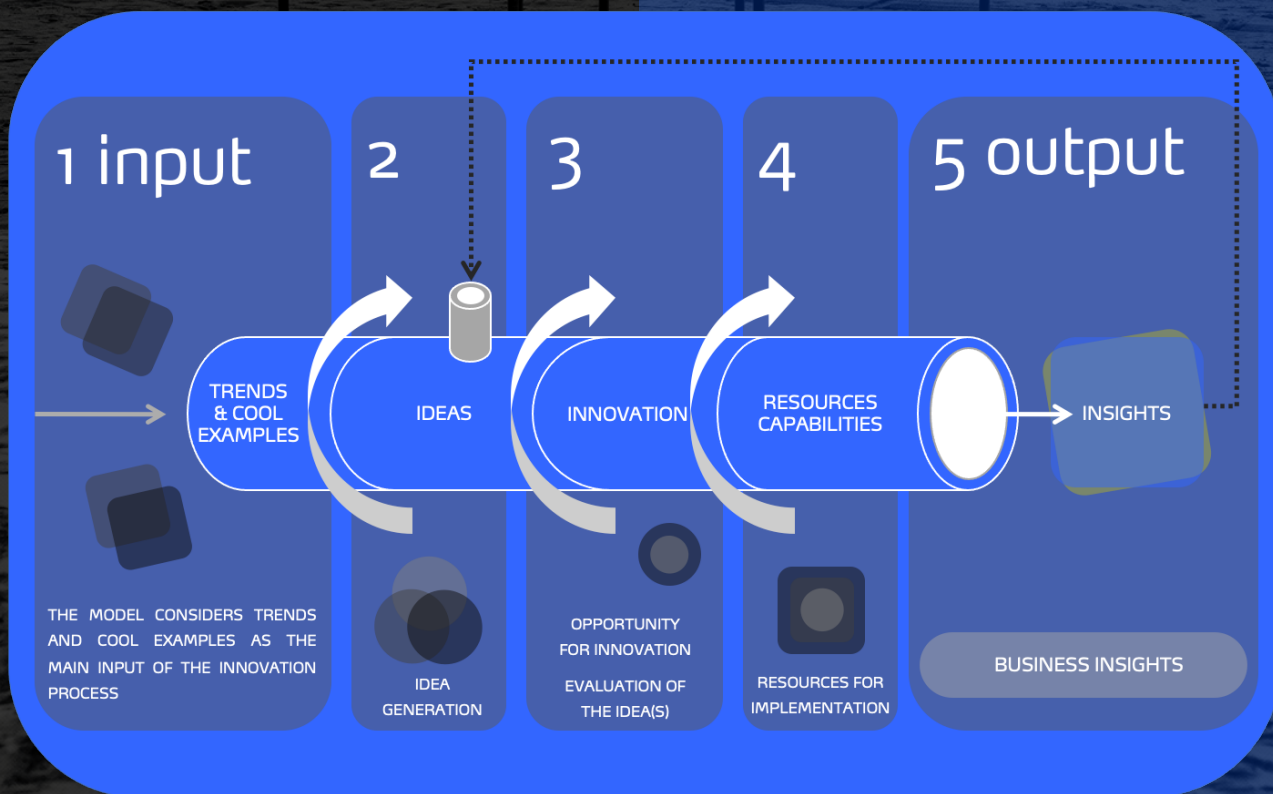
4. Theoretical Framework

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

The Innovation Matrix, as a sequential analysis and recommendation matrix, puts the insights resulting from a deep analysis of trends, cool examples, ideas and impact on innovation into perspective, also defining the necessary resources for its effective application in the business.

INNOVATION MATRIX



4. Theoretical Framework

2. CoolHunting:

Insight Generator

As mentioned above, the result of the research, identification and analysis of Trends are insights (everything that, from the Consumer's point of view, brings a new and relevant way of seeing, creating, producing and selling a Company, Brand, Product or Service and that allows a company to determine which path to follow in terms of market decision).

More than knowing which Trends are the most relevant and influential in a given reality or business, what we need to define and understand is what we can do with these identified Trends. That is, how can we apply it in practice and in a pragmatic, effective and tangible way.

In this sense, the process after identifying Trends is to assign them applicable meaning is called Insight Generator and is covered with lateral thinking practices, ideation and strategic planning to build mental maps of meanings, concepts, ideas and differentiating proposals.

4. Enquadramento Teórico

2. CoolHunting:

Insight Generator

Como referido atrás o resultado do trabalho de pesquisa, identificação e análise de Tendências são os *insights* (tudo o que, do ponto de vista do Consumidor, traz uma nova e relevante forma de ver, criar, produzir e vender uma Companhia, Marca, Produto ou Serviço e que permite a uma empresa determinar qual o caminho a seguir em termos de decisão de mercado).

Mais do que saber qual ou quais as Tendências mais relevantes e influenciadoras de determinada realidade ou negócio, o que precisamos definir e entender é o que podemos fazer com essas Tendências identificadas. Ou seja, como poderemos aplicar na prática e de forma pragmática, efetiva e tangível.

Neste sentido, o processo posterior à identificação das Tendências é o de lhes atribuir significado aplicável é designado por *Insight Generator* e se reveste de práticas de pensamento lateral, *ideation* e planeamento estratégico para construir mapas mentais de significados, conceitos, ideias e propostas diferenciadoras.



5. Methodology

5. Metodologia

Photo credit: [focals](#) on [VisualHunt.com](#)

5. Methodology

For the construction of this Trends report, several sources of information were used over the last few years:

1. Discussion in the classroom, in the Executive Programs, In Company Programs, MBA Courses, Post-MBA, Certification of TrendsInnovation Board Members and Corporate Ambidexterity of the Inova Business School with more than 1,000 students, carrying out construction exercises and vision of the future, through prospective and foresight tools, with special focus on the construction of temporal Timelines;
2. Use, in Inova Consulting's consulting projects, of applied methodologies of prospective, foresight and coolhunting in the construction of trend maps of the various businesses where we operate, carrying out more than 500 projects;
3. Ethnographic interviews with more than 100 C-Level executives debating the future, motivations, beliefs, aspirations and opinions about the transformation currently underway;
4. Informal meetings with Professors and Mentors from several Universities around the World to collect opinions and views on markets, consumers and society;

5. Metodologia

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

1. Discussão em sala de aula, nos Programas Executivos, Programas *In Company*, Cursos de MBA, Pós-MBA, Certificação de Conselheiros TrendsInnovation e Ambidestria Corporativa da Inova Business School com mais de 1.000 alunos, realizando exercícios de construção e visão do futuro, através de ferramentas de prospectiva e *foresight*, com especial incidência na construção de *Timelines* temporais;
2. 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 500 projetos;
3. Entrevistas etnográficas com mais de 100 executivos C-Level debatendo o futuro, motivações, crenças, anseios e opiniões sobre a transformação atualmente em curso;
4. Reuniões informais com Professores e Mentores de diversas Universidades pelo Mundo para coleta de opiniões e visões sobre mercados, consumidores e sociedade;

5. Methodology

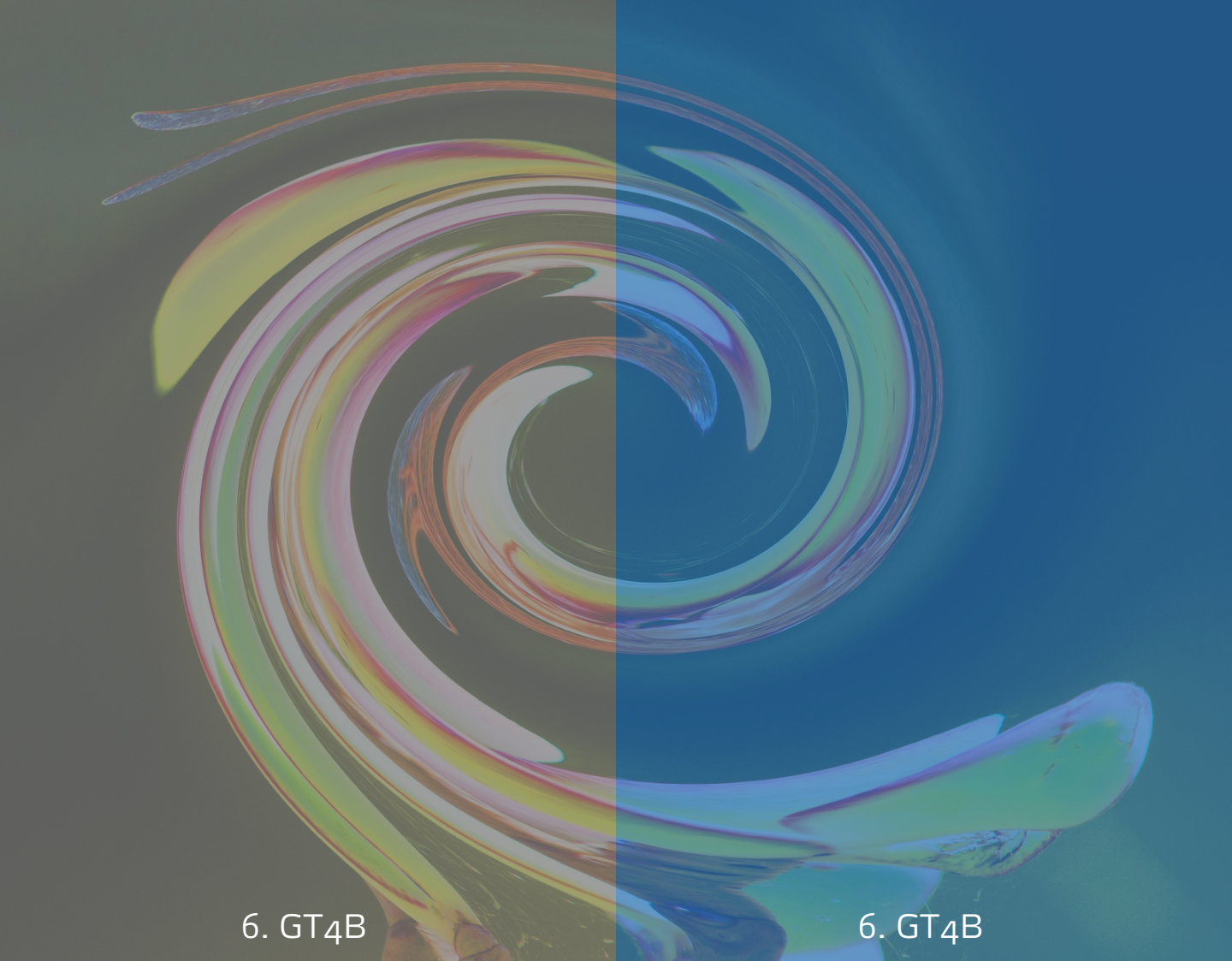
5. Consultation of partner sources of Inova Consulting (*Science of the Time*, Burrus Research, *What's Next*, *Strategic Horizons*, *Success Matters*, *Destination Innovation*, *Future Proved*) and several other sources such as McKinsey, BCG, Accenture, Deloitte, PWC, Gartner, WEF, among others, who regularly publish surveys and opinions on the subject;
6. Permanent contribution of Professors and Consultants of the Inova Ecosystem who produce knowledge and analyze market movements in areas as diverse as leadership, management, strategy, innovation, marketing, consumer behavior, psychology and other areas of business knowledge.

By collecting and processing all this content, it was possible to produce this result. Thanks to everyone who, for their contribution to this project, helped to reveal a little more about the future.

5. Metodologia

5. Consulta de fontes parceiras da Inova Consulting (*Science of the Time*, Burrus Research, *What's Next*, *Strategic Horizons*, *Success Matters*, *Destination Innovation*, *Future Proved*) e diversas outras fontes como McKinsey, BCG, Accenture, Deloitte, PWC, Gartner, WEF, entre outras, que regularmente publicam pesquisas e opiniões sobre o tema;
6. Contribuição permanente dos Professores e Consultores do Ecossistema Inova que produzem conhecimento e analisam movimentos de mercado em áreas tão diversas como liderança, gestão, estratégia, inovação, marketing, comportamento do consumidor, psicologia e demais áreas do saber empresarial.

Coletando e tratando todo este conteúdo foi possível produzir este resultado. O agradecimento a todos que pela sua contribuição a este projeto ajudaram a desvendar um pouco mais sobre o futuro.



6. GT4B

6. GT4B



Let's get to know the Global Trends 4 Business separately, as already mentioned, in:

- 5 Global Trends or Tsunamis;
- 10 Trends 4 Business;

Shown in the table below:

Vamos conhecer então as Global Trends 4 Business separadas, conforme já referido, em:

- 5 Global Trends ou Tsunamis;
- 10 Trends 4 Business;

Apresentadas no quadro abaixo:

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital
2. Intergenerationality
3. Rethinking Economics
4. Integrated Sustainability
5. Disruptive Empowerment

1. O Fortalecimento do Digital
2. Intergeracionalidade
3. Repensar a Economia
4. Sustentabilidade Integrada
5. Empoderamento Disruptivo

Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism
2. Reiventing Leadership
3. Corporate Ambidexterity
4. The Power of Innovation (TrendsInnovation)
5. C-Level Advising
6. Lifelong Learning
7. Platform and Ecosystem Business
8. Customized Governance (taylor made)
9. Prospective Strategic Planning
10. Digital Humanism

1. A Era do Pós-Taylorismo
2. Liderança Reinventada
3. Ambidestria Corporativa
4. O Poder da Inovação (TrendsInnovation)
5. Advising para C-Level
6. Educação Continuada
7. Negócios de Plataforma e Ecossistema
8. Governança Customizada (à medida)
9. Planejamento Estratégico Prospectivo
10. Humanismo Digital

In Detail:

Em detalhe:

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

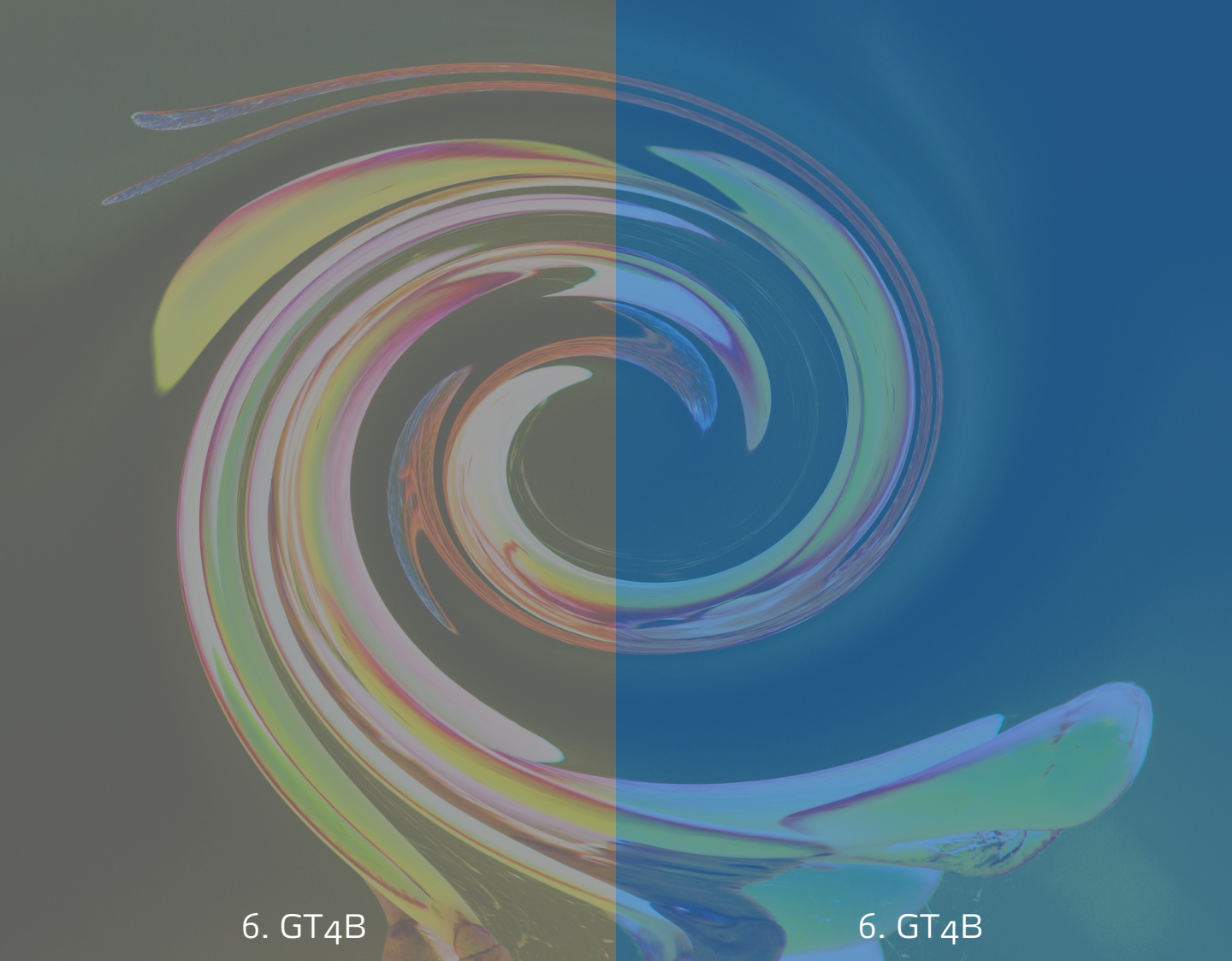
1. Strengthening of Digital
2. intergenerationality
3. Rethinking Economics
4. Integrated Sustainability
5. Disruptive Empowerment

1. O Fortalecimento do Digital
2. Intergeracionalidade
3. Repensar a Economia
4. Sustentabilidade Integrada
5. Empoderamento Disruptivo

Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism
2. Reiventing Leadership
3. Corporate Ambidexterity
4. The Power of Innovation (TrendsInnovation)
5. C-Level Advising
6. Lifelong Learning
7. Platform and Ecosystem Business
8. Customized Governance (taylor made)
9. Prospective Strategic Planning
10. Digital Humanism

1. A Era do Pós-Taylorismo
2. Liderança Reinventada
3. Ambidestria Corporativa
4. O Poder da Inovação (TrendsInnovation)
5. Advising para C-Level
6. Educação Continuada
7. Negócios de Plataforma e Ecossistema
8. Governança Customizada (à medida)
9. Planejamento Estratégico Prospectivo
10. Humanismo Digital



6. GT4B

6. GT4B



1. Global Trends



1. Global Trends

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital
2. intergenerationality
3. Rethinking Economics
4. Integrated Sustainability
5. Disruptive Empowerment

1. O Fortalecimento do Digital
2. Intergeracionalidade
3. Repensar a Economia
4. Sustentabilidade Integrada
5. Empoderamento Disruptivo

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital

The strengthening of digital in business is a phenomenon that has gained great relevance in recent years, driven mainly by the rapid evolution of information and communication technology and the growth of AI (Artificial Intelligence) solutions. The advent of the internet, the proliferation of mobile devices and increased global connectivity have opened up countless opportunities for companies to benefit from the digital world.

Ways companies have strengthened their operations and strategies through digital:

1. Online Presence: Having an online presence has become essential.
2. E-commerce: The rise of e-commerce has revolutionized the way people buy products and services.
3. Digital Marketing: Marketing strategies have evolved to suit the digital environment. Digital marketing offers several tools that allow companies to reach their target audience in a more targeted and efficient way.

1. O Fortalecimento do Digital

O fortalecimento do digital nos negócios é um fenômeno que ganhou grande relevância nos últimos anos, impulsionado principalmente pela rápida evolução da tecnologia da informação e comunicação e pelo crescimento das soluções de IA (Inteligência Artificial). O advento da internet, a proliferação de dispositivos móveis e o aumento da conectividade global abriram inúmeras oportunidades para as empresas se beneficiarem do mundo digital.

Formas pelas quais as empresas têm fortalecido suas operações e estratégias através do digital:

1. **Presença online:** Ter uma presença online tornou-se essencial.
2. **E-commerce:** A ascensão do comércio eletrônico revolucionou a forma como as pessoas compram produtos e serviços.
3. **Marketing Digital:** As estratégias de marketing evoluíram para se adequar ao ambiente digital. O marketing digital oferece várias ferramentas que permitem que as empresas alcancem seu público-alvo de forma mais direcionada e eficiente.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital

4. Data Analytics: With the increasing amount of data generated by digital interactions, companies can leverage data analytics to gain valuable insights into customer behavior, preferences, market trends, and the effectiveness of their strategies. This allows for more informed and targeted decision-making.

5. Automation and Efficiency: Process automation through digital solutions can improve operational efficiency. This includes enterprise management systems (ERP), marketing automation, chatbot customer service, and other technologies that can reduce costs and improve productivity.

6. Innovation and New Business Models: The digital environment also allows companies to innovate in their products and services. Disruptive technology-based business models have emerged in many sectors, challenging traditional companies and opening up space for new opportunities.

1. O Fortalecimento do Digital

4. Análise de dados: Com a quantidade crescente de dados gerados pelas interações digitais, as empresas podem aproveitar a análise de dados para obter insights valiosos sobre o comportamento do cliente, preferências, tendências de mercado e eficácia das suas estratégias. Isso permite uma tomada de decisão mais informada e direcionada.

5. Automatização e Eficiência: A automação de processos através de soluções digitais pode melhorar a eficiência operacional. Isso inclui sistemas de gestão empresarial (ERP), automação de marketing, atendimento ao cliente por chatbot e outras tecnologias que podem reduzir custos e melhorar a produtividade.

6. Inovação e Novos Modelos de Negócios: O ambiente digital também permite que as empresas inovem em seus produtos e serviços. Modelos de negócios disruptivos baseados em tecnologia têm surgido em diversos setores, desafiando empresas tradicionais e abrindo espaço para novas oportunidades.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital

7. Customer Service: Digitalization has also affected the way companies interact with their customers. Digital service channels, such as live chats and email support, have become commonplace, providing faster and more accessible service.

8. Remote Work and Collaboration: The adoption of digital technologies has enabled the expansion of remote work and collaboration between geographically distributed teams. This can improve companies' flexibility and operational efficiency.

It is important to highlight that, as the strengthening of digital in business advances, companies are also facing challenges, such as cybersecurity, protection of customer data and the need to constantly update employee skills. Taking a well-planned, strategic approach is essential to make the most of the potential of the digital environment and remain competitive in the modern marketplace.

1. O Fortalecimento do Digital

7. Atendimento ao Cliente: A digitalização também afetou a forma como as empresas interagem com seus clientes. Canais de atendimento digital, como chats ao vivo e suporte por e-mail, tornaram-se comuns, proporcionando um atendimento mais ágil e acessível.

8. Trabalho Remoto e Colaboração: A adoção de tecnologias digitais possibilitou a expansão do trabalho remoto e a colaboração entre equipes distribuídas geograficamente. Isso pode melhorar a flexibilidade e a eficiência operacional das empresas.

É importante destacar que, à medida que o fortalecimento do digital nos negócios avança, as empresas também enfrentam desafios, como a segurança cibernética, a proteção de dados do cliente e a necessidade de atualização constante das habilidades dos colaboradores. É essencial adotar uma abordagem estratégica e bem planejada para aproveitar ao máximo o potencial do ambiente digital e permanecerem competitivas no mercado moderno.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

2. intergenerationality

With the increase in life expectancy and consequently in demography (more people in the world lasting longer) situations of generational coexistence grow.

Intergenerationality refers to the interaction, connection and exchange of experiences between different generations. This concept recognizes that, in a society, several age groups coexist, each with its unique characteristics, values, knowledge and perspectives. It plays a significant role in various spheres of society, including:

1. Family: Intergenerationality is most evident in families, where grandparents, parents and children interact and learn from each other. Seniors can share their life experiences, stories and wisdom with younger ones, while younger generations bring fresh perspectives and new knowledge into the family environment.

2. Intergeracionalidade

Com o aumento da expectativa de vida e consequentemente da demografia (mais gente no mundo durando mais tempo) crescem situações de coexistência geracional.

A intergeracionalidade refere-se à interação, conexão e troca de experiências entre diferentes gerações. Esse conceito reconhece que, em uma sociedade, coexistem várias faixas etárias, cada uma com suas características, valores, conhecimentos e perspectivas únicas. Ela desempenha um papel significativo em várias esferas da sociedade, incluindo:

1. Família: A intergeracionalidade é mais evidente nas famílias, onde avós, pais e filhos interagem e aprendem uns com os outros. Os idosos podem compartilhar suas experiências de vida, histórias e sabedoria com os mais jovens, enquanto as gerações mais novas trazem perspectivas atualizadas e novos conhecimentos para o ambiente familiar.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

2. Intergenerationality

2. Education: In schools and educational institutions, intergenerationality can be promoted through projects that involve collaboration between students of different ages. This approach allows children and young people to learn from the experiences of their elders and develop empathy and respect for different perspectives.

3. Society and Politics: Intergenerationality is also relevant in social and political issues. Decision-making that affects different age groups can benefit from the participation of representatives of all generations to ensure a more balanced and comprehensive view.

4. Active Aging: Intergenerationality can promote active and healthy aging. Interacting with younger people can bring vitality and encourage social engagement, while seniors can offer advice and share their life stories.

2. Intergeracionalidade

2. Educação: Nas escolas e instituições de ensino, a intergeracionalidade pode ser promovida por meio de projetos que envolvam a colaboração entre alunos de diferentes idades. Essa abordagem permite que crianças e jovens aprendam com as experiências dos mais velhos e desenvolvam empatia e respeito por diferentes perspectivas.

3. Sociedade e Política: A intergeracionalidade também é relevante em questões sociais e políticas. A tomada de decisões que afetam diferentes grupos etários pode se beneficiar da participação de representantes de todas as gerações para garantir uma visão mais equilibrada e abrangente.

4. Envelhecimento Ativo: A intergeracionalidade pode promover um envelhecimento ativo e saudável. A interação com pessoas mais jovens pode trazer vitalidade e estimular o engajamento social, enquanto os idosos podem oferecer conselhos e compartilhar suas histórias de vida.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

2. Intergenerationality

5. Combating Ageism: Regular interaction between generations can help combat ageism, which is discrimination based on age. By getting to know each other better and working together, people can break negative stereotypes related to different ages.

6. Work: In organizations, teams composed of people of different age groups can benefit from the diversity of ideas and skills. More experienced employees can guide and mentor younger ones, while younger ones can offer insights into technology and innovation, for example.

Intergenerationality is an approach that values the diversity of experiences and perspectives, encouraging continuous learning at all stages of life.

2. Intergeracionalidade

5. Combate ao Ageísmo: A interação regular entre gerações pode ajudar a combater o ageísmo, que é a discriminação com base na idade. Ao conhecerem-se melhor e trabalharem juntos, as pessoas podem romper estereótipos negativos relacionados a diferentes idades.

6. Trabalho: Nas organizações, equipes compostas por pessoas de diferentes faixas etárias podem se beneficiar da diversidade de ideias e habilidades. Os colaboradores mais experientes podem orientar e mentorar os mais jovens, enquanto estes podem oferecer insights sobre tecnologia e inovação, por exemplo.

A intergeracionalidade é uma abordagem que valoriza a diversidade de experiências e perspectivas, incentivando a aprendizagem contínua em todas as fases da vida.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

3. Rethinking Economics

Rethinking the economy involves the search for more sustainable, inclusive economic models that are in line with the needs of people and the planet. The emergence of the concepts of conscious or social capitalism, circular economy, creative economy, among others, have gained strength, since in 2016 the WEF (World Economic Forum | World Economic Forum) referred to the need to find a new economic model, which can at the same time deliver economic results to companies and people, but also guarantee the well-being of all, even the most needy, enabling universal access to clean energy, healthy food and, ultimately, a more equitable and fair planet for all, reducing inequalities and intolerances.

Traditional economics, often based on continuous growth and profit maximization, has generated social inequality, negative environmental impacts and recurrent financial crises.

3. Repensar a Economia

Repensar a economia envolve a busca por modelos econômicos mais sustentáveis, inclusivos e alinhados com as necessidades das pessoas e do planeta. O surgimento dos conceitos de capitalismo consciente ou social, de economia circular, de economia criativa, entre outros, têm ganho força, desde que em 2016 o WEF (World Economic Forum | Fórum Económico Mundial) se referiu à necessidade de encontrar um novo modelo econômico, que consiga ao mesmo tempo entregar resultado econômico às empresas e pessoas, mas também garantir o bem estar de todos, mesmo dos mais necessitados, possibilitando o acesso universal a meios de energia limpa, a comida saudável e, no limite, a um planeta mais equitativo e justo para todos, reduzindo as desigualdades e as intolerâncias.

A economia tradicional, muitas vezes baseada no crescimento contínuo e na maximização do lucro, tem gerado desigualdade social, impactos ambientais negativos e crises financeiras recorrentes.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

3. Rethinking Economics

To promote a more conscious and efficient approach, here are some ideas and concepts that have been discussed and implemented by economists, activists and governments:

1. **Circular Economy:** The circular economy proposes to reduce, reuse, recycle and restore materials and products instead of following the linear model of production-consumption-disposal. This model aims to minimize waste and overconsumption while driving innovation in sustainable designs, products and systems.
2. **Sharing Economy:** The sharing economy is based on the idea of sharing resources and services between people, instead of individually owning everything. Ride-sharing platforms, house rentals and co-working are examples of this model that aims at the most efficient use of available resources.

3. Repensar a Economia

Para promover uma abordagem mais consciente e eficiente, aqui estão algumas ideias e conceitos que têm sido discutidos e implementados por economistas, ativistas e governos:

1. **Economia Circular:** A economia circular propõe reduzir, reutilizar, reciclar e restaurar materiais e produtos em vez de seguir o modelo linear de produção-consumo-descarte. Esse modelo visa minimizar o desperdício e o consumo excessivo, ao mesmo tempo em que impulsiona a inovação em projetos, produtos e sistemas sustentáveis.
2. **Economia Colaborativa:** A economia colaborativa se baseia na ideia de compartilhar recursos e serviços entre as pessoas, em vez de possuir tudo individualmente. Plataformas de compartilhamento de caronas, aluguel de casas e co-working são exemplos desse modelo que visa o uso mais eficiente dos recursos disponíveis.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

3. Rethinking Economics

3. Welfare Economics: This approach focuses on people's well-being and quality of life as key indicators of economic success, rather than GDP growth. The objective is to ensure that economic development is aimed at improving social conditions, health, education and personal satisfaction.

4. Regenerative Economics: Regenerative economics seeks not only to minimize the environmental impact of economic activities, but also to work to restore damaged ecosystems. It is an approach that aims to create productive systems that benefit both people and nature.

5. Social and Solidarity Economy: This model promotes the creation of enterprises and organizations aimed at collective benefit, rather than just profit. Cooperatives, community associations and social enterprises are examples of initiatives that seek equity and sustainability.

3. Repensar a Economia

3. Economia de Bem-Estar: Essa abordagem enfoca o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas como principais indicadores de sucesso econômico, em vez do crescimento do PIB. O objetivo é garantir que o desenvolvimento econômico seja voltado para a melhoria das condições sociais, saúde, educação e satisfação pessoal.

4. Economia Regenerativa: A economia regenerativa busca não apenas minimizar o impacto ambiental das atividades econômicas, mas também trabalhar para restaurar ecossistemas danificados. É uma abordagem que visa criar sistemas produtivos que beneficiem tanto as pessoas quanto a natureza.

5. Economia Social e Solidária: Esse modelo promove a criação de empreendimentos e organizações voltados para o benefício coletivo, em vez de visar apenas o lucro. Cooperativas, associações comunitárias e empresas sociais são exemplos de iniciativas que buscam a equidade e a sustentabilidade.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

3. Rethinking Economics

3. Repensar a Economia

6. Universal Basic Income: The idea of universal basic income is to provide all citizens with a regular amount sufficient to meet their basic needs, regardless of their economic status. This concept aims to combat poverty and ensure a social cushion for citizens.

6. Renda Básica Universal: A ideia da renda básica universal é fornecer a todos os cidadãos um valor regular suficiente para atender às suas necessidades básicas, independentemente de seu status econômico. Esse conceito visa combater a pobreza e garantir um colchão social para os cidadãos.

7. Measuring Well-Being Beyond GDP: Rethinking the economy also involves adopting new indicators beyond GDP that can better reflect social and environmental progress, such as the Human Development Index (HDI), Ecological Footprint or Gross National Happiness Index (GNH). Responsible

7. Medição do Bem-Estar Além do PIB: Repensar a economia também envolve adotar novos indicadores além do PIB, que possam refletir melhor o progresso social e ambiental, como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), a Pegada Ecológica ou o Índice de Felicidade Interna Bruta (FIB).

8. Digital and Technological Economy: As technology plays an increasingly significant role in the economy, it is important to ensure that it is used ethically and responsibly. This involves considering privacy issues, cybersecurity and the impact of automation on the job market.

8. Economia Digital e Tecnológica Responsável: À medida que a tecnologia desempenha um papel cada vez mais significativo na economia, é importante garantir que ela seja usada de maneira ética e responsável. Isso envolve considerar questões de privacidade, segurança cibernética e o impacto da automação no mercado de trabalho.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

3. Rethinking Economics

Rethinking the economy is a complex challenge that requires the collaboration of governments, companies, civil society and academia.

The goal is to create a fairer, more sustainable economic system geared towards the common good, which respects the limits of the planet and promotes greater social equity.

3. Repensar a Economia

Repensar a economia é um desafio complexo que requer a colaboração de governos, empresas, sociedade civil e academia.

O objetivo é criar um sistema econômico mais justo, sustentável e voltado para o bem comum, que respeite os limites do planeta e promova uma maior equidade social.



Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

4. Integrated Sustainability

Integrated sustainability is a holistic approach to dealing with socio-environmental and economic issues, recognizing that these aspects are interconnected and interdependent. This approach seeks to balance the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Integrated sustainability is based on three main pillars:

1. **Environmental Sustainability:** It involves the conservation of natural resources, the protection of biodiversity, the reduction of the ecological footprint and the mitigation of negative environmental impacts. This pillar aims to ensure that human activities are in harmony with the ecosystems and the limits of the planet, avoiding depleting non-renewable resources and causing irreparable damage to the environment.

4. Sustentabilidade Integrada

A sustentabilidade integrada é uma abordagem holística para lidar com questões socioambientais e econômicas, reconhecendo que esses aspectos estão interconectados e interdependentes. Essa abordagem busca equilibrar as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades.

A sustentabilidade integrada é baseada em três pilares principais:

1. **Sustentabilidade Ambiental:** Envolve a conservação dos recursos naturais, a proteção da biodiversidade, a redução da pegada ecológica e a mitigação dos impactos ambientais negativos. Esse pilar visa garantir que as atividades humanas estejam em harmonia com os ecossistemas e os limites do planeta, evitando esgotar os recursos não renováveis e causar danos irreparáveis ao meio ambiente.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

4. Integrated Sustainability

2. **Social Sustainability:** Concerns the promotion of social equity, justice, inclusion and respect for human rights. Social sustainability seeks to ensure that all people have access to opportunities and decent living conditions, including access to basic services, health, education, housing and employment.
3. **Economic Sustainability:** Involves establishing viable and resilient economic systems that promote equitable economic growth and long-term prosperity. Economic sustainability seeks to balance the interests of companies and individuals with the broader goals of environmental and social sustainability.

Integrated sustainability recognizes that these three pillars are interconnected and therefore require a comprehensive and collaborative approach to solving complex problems. Some key strategies and principles associated with integrated sustainability include:

4. Sustentabilidade Integrada

2. **Sustentabilidade Social:** Diz respeito à promoção da equidade social, justiça, inclusão e respeito aos direitos humanos. A sustentabilidade social busca garantir que todas as pessoas tenham acesso a oportunidades e condições de vida dignas, incluindo acesso a serviços básicos, saúde, educação, moradia e emprego.
3. **Sustentabilidade Econômica:** Envolve o estabelecimento de sistemas econômicos viáveis e resilientes, que promovam o crescimento econômico equitativo e a prosperidade a longo prazo. A sustentabilidade econômica busca equilibrar os interesses das empresas e dos indivíduos com os objetivos mais amplos de sustentabilidade ambiental e social.

A sustentabilidade integrada reconhece que esses três pilares estão interligados e, portanto, requerem uma abordagem abrangente e colaborativa para solucionar problemas complexos. Algumas estratégias e princípios-chave associados à sustentabilidade integrada incluem:

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

4. Integrated Sustainability

- **Circular Economy:** Promoting waste reduction, resource reuse and recycling to create a more sustainable economic system that is less dependent on finite resources.
- **Participation and Engagement:** Include all stakeholders, such as local communities, civil society organizations, the private sector and governments, in the decision-making process and implementation of sustainable initiatives.
- **Technological Innovation:** Using innovative technologies and solutions to face socio-environmental challenges, such as the transition to renewable energies, the reduction of carbon emissions and the development of more sustainable agricultural practices.
- **Education and Awareness:** Promote environmental education and public awareness of sustainability challenges and opportunities to inspire behavioral change and informed decisions.

4. Sustentabilidade Integrada

- **Economia Circular:** Promover a redução do desperdício, a reutilização de recursos e a reciclagem para criar um sistema econômico mais sustentável e menos dependente de recursos finitos.
- **Participação e Engajamento:** Incluir todas as partes interessadas, como comunidades locais, organizações da sociedade civil, setor privado e governos, no processo de tomada de decisões e implementação de iniciativas sustentáveis.
- **Inovação Tecnológica:** Utilizar tecnologias e soluções inovadoras para enfrentar desafios socioambientais, como a transição para energias renováveis, a redução de emissões de carbono e o desenvolvimento de práticas agrícolas mais sustentáveis.
- **Educação e Conscientização:** Promover a educação ambiental e a conscientização pública sobre os desafios e oportunidades da sustentabilidade para inspirar mudanças comportamentais e decisões informadas.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

4. Integrated Sustainability

4. Sustentabilidade Integrada

- **Sustainable Development in Public Policy:** Integrate sustainability principles into government policies and regulations to guide economic and social development in a more sustainable way.
- **Partnerships and Alliances:** Foster collaboration between different actors in society to work together in the search for sustainable solutions.

- **Desenvolvimento Sustentável nas Políticas Públicas:** Integrar princípios de sustentabilidade em políticas e regulamentações governamentais para orientar o desenvolvimento econômico e social de forma mais sustentável.
- **Parcerias e Alianças:** Fomentar colaborações entre diferentes atores da sociedade para trabalharem juntos na busca de soluções sustentáveis.

Integrated sustainability is essential to face current global challenges such as climate change, biodiversity loss, social inequalities and scarcity of natural resources. By addressing these issues in an integrated way, we can build a more resilient, equitable and environmentally sound future for present and future generations.

A sustentabilidade integrada é essencial para enfrentar os desafios globais atuais, como mudanças climáticas, perda de biodiversidade, desigualdades sociais e escassez de recursos naturais. Ao abordar essas questões de forma integrada, podemos construir um futuro mais resiliente, equitativo e ambientalmente saudável para as gerações presentes e futuras.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

5. Disruptive Empowerment

Disruptive empowerment combines two key ideas: "empowering" and "disruptive".

1. **Empowerment:** Empowerment refers to the process of empowering individuals or groups to gain control over their lives, make decisions and achieve their goals autonomously and independently. This concept is associated with empowering people, providing them with the knowledge, skills and resources needed to face challenges and overcome obstacles.
2. **Disruptive:** The term "disruptive" has its origins in the world of business and technology but is also used in other contexts. It means the introduction of an innovation, idea or concept that breaks with traditional ways of doing things, generating a significant transformation in a specific sector or field.

5. Empoderamento Disruptivo

Empoderamento disruptivo combina duas ideias-chave: "empoderamento" e "disruptivo".

1. **Empoderamento:** O empoderamento refere-se ao processo de capacitar indivíduos ou grupos para que adquiram controle sobre suas vidas, tomem decisões e alcancem seus objetivos de forma autônoma e independente. Esse conceito está associado ao fortalecimento das pessoas, fornecendo-lhes conhecimento, habilidades e recursos necessários para enfrentar desafios e superar obstáculos.
2. **Disruptivo:** O termo "disruptivo" tem origem no mundo dos negócios e tecnologia mas também é usado em outros contextos. Significa a introdução de uma inovação, ideia ou conceito que rompe com as formas tradicionais de fazer as coisas, gerando uma transformação significativa em um setor ou campo específico.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

5. Disruptive Empowerment

The combination of these two ideas in "disruptive empowerment" implies empowering people or groups in innovative ways, challenging existing norms and breaking with paradigms that may be limiting their opportunities and potential.

Disruptive empowerment has grown exponentially and can be found and applied in several areas:

1. Digital Empowerment: Using technology, especially the internet and mobile devices, disruptive empowerment can provide access to information, education, services and business opportunities to communities and individuals who were previously excluded from these possibilities.
2. Minority Empowerment: Disruptive empowerment can help overcome barriers and prejudices that affect ethnic, gender or other minorities, promoting equal opportunity and representation.

5. Empoderamento Disruptivo

A combinação dessas duas ideias no "empoderamento disruptivo" implica em capacitar pessoas ou grupos de forma inovadora, desafiando as normas existentes e rompendo com paradigmas que podem estar limitando suas oportunidades e potencial.

O empoderamento disruptivo tem crescido exponencialmente e pode ser encontrado e aplicado em várias áreas:

1. Empoderamento Digital: Utilizando a tecnologia, especialmente a internet e dispositivos móveis, o empoderamento disruptivo pode fornecer acesso a informações, educação, serviços e oportunidades de negócios a comunidades e indivíduos que antes estavam excluídos dessas possibilidades.
2. Empoderamento de Minorias: O empoderamento disruptivo pode ajudar a superar barreiras e preconceitos que afetam minorias étnicas, de gênero ou outras, promovendo igualdade de oportunidades e representatividade.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

5. Disruptive Empowerment

5. Empoderamento Disruptivo

3. Socioeconomic Empowerment:

Introducing new economic and social models, disruptive empowerment can spur social entrepreneurship, the collaborative economy, and other initiatives that aim to promote a more equitable distribution of resources and wealth.

3. Empoderamento Socioeconômico:

Introduzindo novos modelos econômicos e sociais, o empoderamento disruptivo pode estimular o empreendedorismo social, a economia colaborativa e outras iniciativas que visam promover uma distribuição mais equitativa de recursos e riqueza.

4. Environmental Empowerment: Through innovations and disruptive technologies, it is possible to empower communities and individuals to face environmental challenges such as climate change, pollution and scarcity of natural resources.

4. Empoderamento Ambiental: Através de inovações e tecnologias disruptivas, é possível capacitar comunidades e indivíduos para enfrentar desafios ambientais, como a mudança climática, a poluição e a escassez de recursos naturais.

5. Cultural and Artistic Empowerment: Disruptive empowerment can foster new forms of cultural and artistic expression, allowing different voices and perspectives to be heard and celebrated.

5. Empoderamento Cultural e Artístico: O empoderamento disruptivo pode fomentar novas formas de expressão cultural e artística, permitindo que diferentes vozes e perspectivas sejam ouvidas e celebradas.

6. Political Empowerment: Through the use of technologies and new political approaches, disruptive empowerment can encourage more active and informed citizen participation in political processes.

6. Empoderamento Político: Através do uso de tecnologias e novas abordagens políticas, o empoderamento disruptivo pode estimular uma participação mais ativa e informada dos cidadãos nos processos políticos.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

5. Disruptive Empowerment

It is important to emphasize that disruptive empowerment also presents challenges, such as equal access to technology and care to prevent new forms of power from becoming concentrated in a few hands, generating new forms of inequalities.

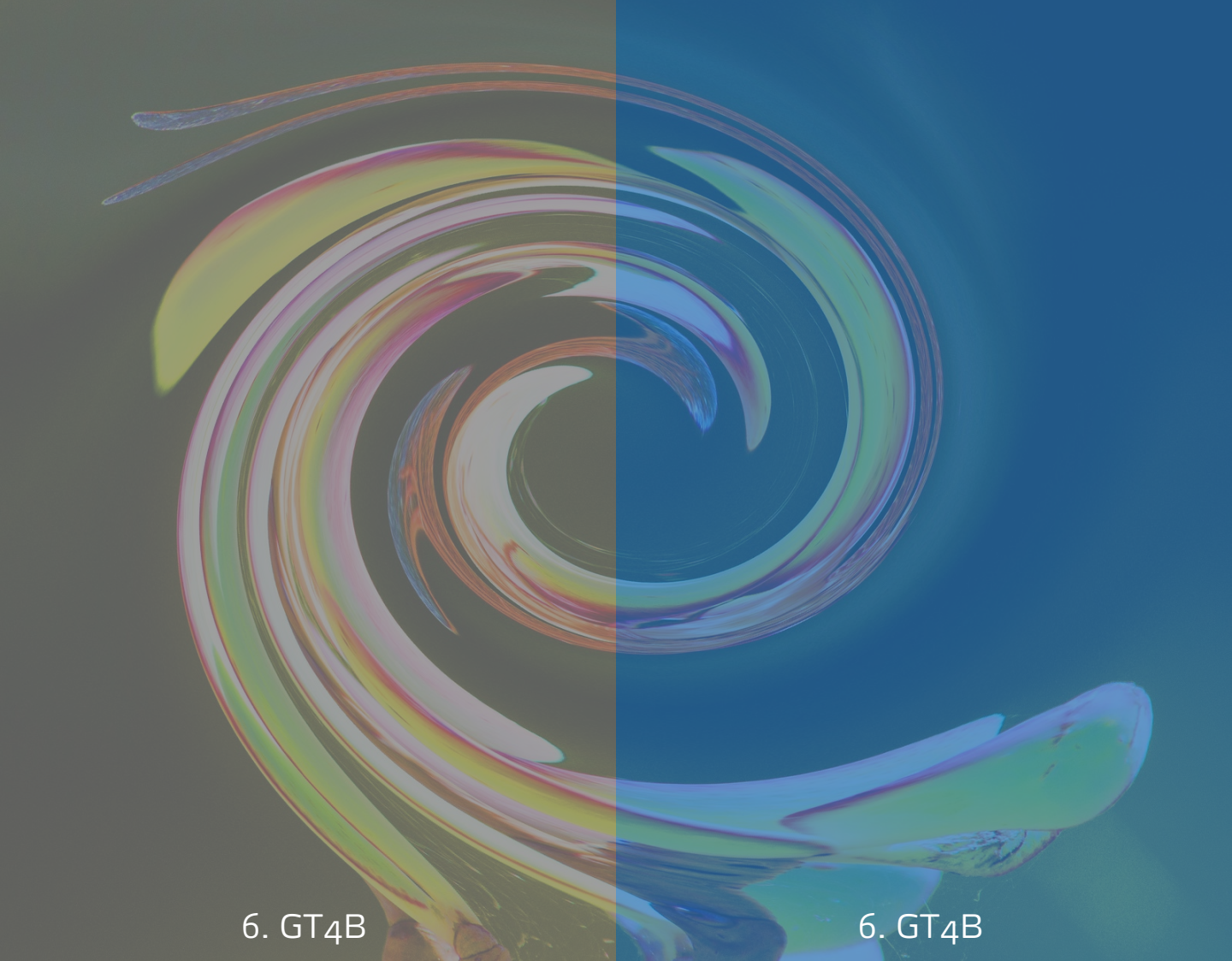
It is essential, therefore, to ensure that disruptive empowerment is a positive force that benefits society as a whole and promotes sustainable and inclusive development.

5. Empoderamento Disruptivo

É importante ressaltar que o empoderamento disruptivo também apresenta desafios, como o acesso igualitário à tecnologia e o cuidado para evitar que novas formas de poder se tornem concentradas em poucas mãos, gerando novas formas de desigualdades.

É fundamental, por isso, garantir que o empoderamento disruptivo seja uma força positiva que beneficie a sociedade como um todo e promova um desenvolvimento sustentável e inclusivo.





6. GT4B

6. GT4B

2. Trends 4 Business

2. Trends 4 Business



Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism
2. Reiventing Leadership
3. Corporate Ambidexterity
4. The Power of Innovation (TrendsInnovation)
5. C-Level Advising
6. Lifelong Learning
7. Platform and Ecosystem Business
8. Customized Governance (taylor made)
9. Prospective Strategic Planning
10. Digital Humanism

1. A Era do Pós-Taylorismo
2. Liderança Reinventada
3. Ambidestria Corporativa
4. O Poder da Inovação (TrendsInnovation)
5. Advising para C-Level
6. Educação Continuada
7. Negócios de Plataforma e Ecossistema
8. Governança Customizada (à medida)
9. Planejamento Estratégico Prospectivo
10. Humanismo Digital



Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism

The post-Taylorism era refers to a subsequent phase of the work organization model known as "Taylorism".

Taylorism was developed by the American engineer Frederick Winslow Taylor in the early twentieth century and was based on the division and standardization of tasks, with the aim of increasing efficiency and productivity in industries.

In Taylorism, each task was broken into small parts, and workers were specialized in performing only one of these parts. Control of the production process was in the hands of management, and workers had little autonomy or participation in decisions. This management model sought to reduce costs and increase mass production, but often resulted in inhuman working conditions and worker dissatisfaction.

1. A Era do Pós-Taylorismo

A era do pós-taylorismo refere-se a uma fase subsequente ao modelo de organização do trabalho conhecido como "taylorismo".

O taylorismo foi desenvolvido pelo engenheiro norte-americano Frederick Winslow Taylor no início do século XX e se baseava na divisão e padronização das tarefas, com o objetivo de aumentar a eficiência e produtividade nas indústrias.

No taylorismo, cada tarefa era fragmentada em pequenas partes, e os trabalhadores eram especializados em realizar apenas uma dessas partes. O controle do processo de produção estava nas mãos da gerência, e os trabalhadores tinham pouca autonomia ou participação nas decisões. Esse modelo de gestão buscava reduzir custos e aumentar a produção em massa, mas muitas vezes resultava em condições de trabalho desumanas e insatisfação dos trabalhadores.

Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism

The post-Taylorism era, which began taking its first timid steps in the second half of the 20th century, has been consolidated recently, in the post-pandemic period, and has brought a large group of significant changes in the way companies organize work and interact with their employees.

This group of changes considers:

1. **Flexibility and Multifunctionality:** In contrast to the extreme specialization of Taylorism, post-Taylorism emphasizes the multifunctionality of people. They are encouraged to develop skills in a variety of areas, allowing greater flexibility in task allocation and adaptability to changes in the work environment.
2. **Participation:** Post-Taylorism values the participation of employees in decisions and work processes. This includes consulting with employees to obtain feedback, encouraging participatory decision-making and creating spaces for dialogue between management and employees.

1. A Era do Pós-Taylorismo

A era do pós-taylorismo, que começou dando os seus primeiros tímidos passos a partir da segunda metade do século XX, se consolidou recentemente, no pós pandemia, tem trazido um grande grupo de mudanças significativas na forma como as empresas organizam o trabalho e interagem com seus colaboradores.

Esse grupo de mudanças consideram:

1. **Flexibilidade e Multifuncionalidade:** Em contraste com a especialização extrema do taylorismo, o pós-taylorismo enfatiza a multifuncionalidade das pessoas. Elas são encorajadas a desenvolver habilidades em várias áreas, permitindo maior flexibilidade na alocação de tarefas e adaptabilidade às mudanças no ambiente de trabalho.
2. **Participação:** O pós-taylorismo valoriza a participação dos colaboradores nas decisões e processos de trabalho. Isso inclui a consulta aos funcionários para obter feedback, incentivar a tomada de decisões participativas e a criação de espaços de diálogo entre a gerência e os colaboradores.

Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism

1. A Era do Pós-Taylorismo

3. **Emphasis on Quality and Innovation:** Instead of focusing only on the quantity produced, post-Taylorism places greater emphasis on the quality of initiatives in products, services and processes, as well as on the continuous search for incremental and disruptive innovation as well as continuous improvement.

3. **Ênfase na Qualidade e Inovação:** Em vez de focar apenas na quantidade produzida, o pós-taylorismo coloca maior ênfase na qualidade das iniciativas em produtos, serviços e processos, bem como na busca contínua por inovação incremental e disruptiva bem como melhoria contínua.

4. **Empowerment and Decentralization:** Post-Taylorist companies tend to decentralize decision-making, granting greater autonomy to workers and teams to solve problems and implement solutions.

4. **Empowerment e Descentralização:** As empresas pós-tayloristas tendem a descentralizar a tomada de decisões, concedendo maior autonomia aos trabalhadores e equipes para resolver problemas e implementar soluções.

5. **Teamwork and Collaboration:** Collaboration and teamwork are valued to promote the exchange of knowledge, creativity and the joint resolution of challenges, in a great movement to activate collective intelligence.

5. **Trabalho em Equipe e Colaboração:** A colaboração e o trabalho em equipe são valorizados para promover a troca de conhecimentos, a criatividade e a resolução conjunta de desafios, num grande movimento de ativação da inteligência coletiva.

6. **Emphasis on Employee Satisfaction:** Employee satisfaction and well-being are seen as important factors in increasing productivity and talent retention.

6. **Ênfase na Satisfação dos Funcionários:** A satisfação e o bem-estar dos funcionários são vistos como fatores importantes para aumentar a produtividade e a retenção de talentos.

Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism

7. Personalization and Customization: Post-Taylorism is also reflected in the growing trend of personalizing products and services to meet the specific needs of customers.

It is important to mention that this transition to a post-Taylorist era is not uniform across all industries or companies. While this approach has many advantages, it presents challenges such as managing the complexity of cross-functional work and the need to balance flexibility with organizational stability and delivering results.

However, post-Taylorism has represented and will continue to represent an evolution in work management and organization models, seeking to promote a more humane, participatory and innovative approach in companies, with a visible quest for longevity.

1. A Era do Pós-Taylorismo

7. **Personalização e Customização:** O pós-taylorismo também se reflete na crescente tendência de personalização de produtos e serviços para atender às necessidades específicas dos clientes.

É importante mencionar que esta transição para uma era pós-taylorista não é uniforme em todas as indústrias ou empresas. Embora essa abordagem tenha muitas vantagens, ela apresenta desafios, como a gestão da complexidade do trabalho multifuncional e a necessidade de equilibrar a flexibilidade com a estabilidade organizacional e a geração de resultados.

No entanto, o pós-taylorismo tem representado e continuará a representar uma evolução nos modelos de gestão e organização do trabalho, buscando promover uma abordagem mais humana, participativa e inovadora nas empresas, com visível busca pela longevidade.

Trends for Business | Tendências para Negócios

2. Reiventing Leadership

Leadership has been reinventing itself in a new organizational context and refers to the transformation of leadership styles and practices to meet the challenges and opportunities emerging in contemporary companies and organizations.

In this context, leadership is no longer based only on rigid hierarchies and formal authority, but on skills that encourage adaptation, innovation, talent development and the construction of more collaborative organizational cultures.

Some of the key aspects of reinvented leadership in this new context include:

1. **Adaptive Leadership:** Leaders need to be more flexible and agile, able to quickly adapt to changes and uncertainties that are frequent in dynamic business environments.
2. **Strategic Vision:** Leaders must have a clear, future-oriented vision, setting goals and directions for their teams and organizations.

2. Liderança Reinventada

A liderança tem-se vindo a reinventar em um novo contexto organizacional e refere-se à transformação dos estilos e práticas de liderança para atender aos desafios e oportunidades emergentes nas empresas e organizações contemporâneas.

Nesse contexto, a liderança não se baseia mais apenas em hierarquias rígidas e autoridade formal, mas sim em competências que estimulam a adaptação, a inovação, o desenvolvimento de talentos e a construção de culturas organizacionais mais colaborativas.

Alguns dos principais aspectos da liderança reinventada neste novo contexto incluem:

1. **Liderança Adaptável:** Líderes precisam ser mais flexíveis e ágeis, capazes de se adaptar rapidamente a mudanças e incertezas que são frequentes em ambientes de negócios dinâmicos.
2. **Visão Estratégica:** Líderes devem ter uma visão clara e orientada para o futuro, definindo metas e direções para suas equipes e organizações.

Trends for Business | Tendências para Negócios

2. Reiventing Leadership

2. Liderança Reinventada

3. **Employee Empowerment: Reinvented leadership** involves empowering employees, allowing them to take responsibility and make decisions based on their knowledge and skills.
3. **Empoderamento dos Colaboradores:** A liderança reinventada envolve dar mais autonomia aos colaboradores, permitindo que assumam responsabilidades e tomem decisões com base em seus conhecimentos e habilidades.
4. **Fostering Innovation:** Leaders must foster creativity and innovation, encouraging new ideas and approaches, as well as tolerating risk and the possibility of failure.
4. **Estímulo à Inovação:** Líderes devem fomentar a criatividade e a inovação, incentivando novas ideias e abordagens, bem como tolerando o risco e a possibilidade de falhas.
5. **Collaboration and Teamwork:** Reinvented leadership values teamwork, encouraging collaboration and synergy among team members.
5. **Colaboração e Trabalho em Equipe:** A liderança reinventada valoriza o trabalho em equipe, incentivando a colaboração e a sinergia entre membros da equipe.
6. **Emotional Intelligence:** Leaders need to be aware of their own emotions and the emotions of others, being empathetic and able to deal with emotionally complex situations.
6. **Inteligência Emocional:** Líderes precisam ser conscientes das suas próprias emoções e das emoções dos outros, sendo empáticos e capazes de lidar com situações emocionalmente complexas.
7. **Transparency and Open Communication:** Leaders must be transparent in their actions and decisions, as well as promote open and honest communication within the organization.
7. **Transparência e Comunicação Aberta:** Líderes devem ser transparentes em suas ações e decisões, bem como promover uma comunicação aberta e honesta dentro da organização.

Trends for Business | Tendências para Negócios

2. Reiventing Leadership

8. Educating Leadership: Leaders should be concerned with the permanent development and growth of their team members, supporting their learning and career progression.
9. Focus on Diversity, Inclusion and Equity: Reinvented leadership seeks to foster more inclusive work environments where diversity and equity are valued and respected.
10. Ambidextrous Leadership: Leaders must adopt an ambidextrous attitude of taking care of the business in the present while preparing it for the future.

2. Liderança Reinventada

8. **Liderança Educadora:** Líderes devem-se preocupar com o desenvolvimento e crescimento permanente dos membros de suas equipes, apoiando seu aprendizado e progressão na carreira.
9. **Foco na Diversidade, Inclusão e Equidade:** A liderança reinventada busca promover ambientes de trabalho mais inclusivos, nos quais a diversidade e a equidade são valorizadas e respeitadas.
10. **Liderança Ambidestra:** Líderes devem adotar uma atitude ambidestra de cuidar do negócio no presente e ao mesmo tempo prepará-lo para o futuro.

These elements are essential to create and strengthen organizations that are resilient and prepared to face the challenges of the 21st century.

Leaders who embrace these practices are more likely to create positive and inspiring work environments that encourage innovation and the constant search for improvement, in addition to promoting growth and satisfaction for everyone.

Esses elementos são essenciais para criar e fortalecer organizações resilientes e preparadas para enfrentar os desafios do século XXI.

Os líderes que abraçam essas práticas têm mais chances de criar ambientes de trabalho positivos e inspiradores, que estimulam a inovação e a busca constante por melhorias, além de promoverem o crescimento e a satisfação de todos.

Trends for Business | Tendências para Negócios

3. Corporate Ambidexterity

Corporate ambidexterity can be likened to a person's ability to be ambidextrous, that is, able to use both hands or feet equally well.

This approach has gained relevance as a response to the need for companies to be able to innovate and adapt quickly, while continuing to run their existing operations efficiently.

There is talk of balancing scale and productivity with speed, innovation and creativity.

To be ambidextrous, an organization needs to manage two components simultaneously and synergistically. They are Exploration and Exploitation (Exploration vs Exploitation).

This can be challenging, as exploration and exploitation often require different organizational cultures, different working methods, and contrasting incentive systems.

3. Ambidestria Corporativa

A ambidestria corporativa pode ser comparada à habilidade de uma pessoa ser ambidestra, ou seja, capaz de usar as duas mãos ou pés igualmente bem.

Essa abordagem tem ganho relevância como uma resposta à necessidade de empresas serem capazes de inovar e se adaptar rapidamente, enquanto continuam a executar suas operações existentes de forma eficiente.

Fala-se do equilíbrio entre escala e produtividade com velocidade, inovação e criatividade.

Para ser ambidestra, uma organização precisa gerenciar dois componentes de forma simultânea e sinérgica. São eles a Exploration e a Exploitation (Exploração vs Exploração).

Isso pode ser um desafio, pois a exploração e a exploração frequentemente requerem culturas organizacionais diferentes, métodos de trabalho distintos e sistemas de incentivo contrastantes.

Trends for Business | Tendências para Negócios

3. Corporate Ambidexterity

Corporate ambidexterity then refers to the ability of an organization to protect the current business and prepare the business for the future through the balanced management of Exploration vs Exploitation concepts and approaches.

1. Exploration: Refers to the search for new opportunities, experimentation and innovation. It is the capacity of an organization to explore new ideas, technologies, markets or business models, aiming to create competitive advantages and guarantee its relevance in the future. Exploration involves a willingness to take risks and an openness to learn from mistakes.

2. Exploitation: Refers to the continuous improvement of the organization's existing activities, seeking to optimize processes, reduce costs, increase efficiency and obtain profits. Exploitation is the ability to run current operations efficiently and ensure the sustainability and stability of the company in the present.

3. Ambidestria Corporativa

A ambidestria corporativa refere-se então à capacidade de uma organização proteger o negócio atual e preparar o negócio para o futuro através da gestão equilibrada dos conceitos e abordagens de Exploration vs Exploitation (Exploração vs Exploração).

1. Exploration: Refere-se à busca de novas oportunidades, à experimentação e à inovação. É a capacidade de uma organização em explorar novas ideias, tecnologias, mercados ou modelos de negócios, visando a criar vantagens competitivas e garantir sua relevância no futuro. A exploração envolve a disposição para correr riscos e a abertura para aprender com os erros.

2. Exploitation: Refere-se à melhoria contínua das atividades existentes da organização, buscando otimizar processos, reduzir custos, aumentar a eficiência e obter lucros. A exploração é a capacidade de executar as operações atuais de forma eficiente e garantir a sustentabilidade e a estabilidade da empresa no presente.

Trends for Business | Tendências para Negócios

3. Corporate Ambidexterity

To promote corporate ambidexterity, some strategies can be adopted:

1. **Committed leadership:** The organization's leadership must demonstrate support and commitment to ambidexterity, communicating its importance and encouraging innovation and exploration of new ideas.
2. **Flexible organizational structures:** It is important to create structures that allow the organization to be agile and responsive, facilitating the exploration of new opportunities without jeopardizing operational efficiency. These structures can be separated (structural ambidexterity) or integrated (contextual ambidexterity) and depend not only on the organizational culture but also on the strategic vision of the business.
3. **Culture of learning and innovation:** Fostering a culture that values experimentation and continuous learning is critical to promoting corporate ambidexterity.

3. Ambidestria Corporativa

Para promover a ambidestria corporativa, algumas estratégias podem ser adotadas:

1. **Liderança comprometida:** A liderança da organização deve demonstrar apoio e comprometimento com a ambidestria, comunicando sua importância e incentivando a inovação e a exploração de novas ideias.
2. **Estruturas organizacionais flexíveis:** É importante criar estruturas que permitam que a organização seja ágil e responsiva, facilitando a exploração de novas oportunidades sem prejudicar a eficiência operacional. Essas estruturas podem ser apartadas (ambidestria estrutural) ou integradas (ambidestria contextual) e dependem não só da cultura organizacional como da visão estratégica do negócio.
3. **Cultura de aprendizagem e inovação:** Fomentar uma cultura que valoriza a experimentação e o aprendizado contínuo é fundamental para promover a ambidestria corporativa.

Trends for Business | Tendências para Negócios

3. Corporate Ambidexterity

3. Ambidestria Corporativa

4. Investment in Research and Development (R&D): Allocation of resources for R&D is essential to stimulate the exploration of new technologies and innovative solutions.
4. Investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D): Alocação de recursos para P&D é essencial para estimular a exploração de novas tecnologias e soluções inovadoras.
5. Multidisciplinary teams: Fostering collaboration between teams with different skills and perspectives can drive both exploration and exploitation.
5. Equipes multidisciplinares: Promover a colaboração entre equipes com diferentes habilidades e perspectivas pode impulsionar tanto a exploração quanto a exploração.
6. Constant review and adaptation: Ambidexterity requires a continual review and adaptation approach to organizational strategies and practices.
6. Revisão e adaptação constantes: A ambidestria requer uma abordagem contínua de revisão e adaptação das estratégias e práticas organizacionais.

Corporate ambidexterity is a key concept for organizations that want to remain competitive in an increasingly dynamic and challenging business scenario.

A ambidestria corporativa é um conceito-chave para organizações que desejam se manter competitivas em um cenário de negócios cada vez mais dinâmico e desafiador.

The ability to balance exploration and exploitation will allow companies to adapt and thrive in an ever-changing environment.

A capacidade de equilibrar a exploração e a exploração permitirá que as empresas se adaptem e prosperem em um ambiente em constante mudança.

Trends for Business | Tendências para Negócios

4. The Power of Innovation

(TrendsInnovation)

The power of innovation (TrendsInnovation: Innovation with the lens of trends) refers to the ability of companies and organizations to take advantage of changes and developments identified through analysis of scenarios (foresight and foresight) and trends (coolhunting) to drive innovation and remain relevant in markets.

Innovation is critical as it allows for the creation of new products, services, processes and business models that meet the ever-evolving needs of customers and the market.

By analyzing trends, companies can identify opportunities for innovation and anticipate future demands, preparing to face challenges and stand out in their industry. Some key aspects of the power of innovation with the lens of trends include:

4. O Poder da Inovação

(TrendsInnovation)

O poder da inovação (TrendsInnovation: Inovação com a lente das tendências) refere-se à capacidade das empresas e organizações aproveitarem as mudanças e os desenvolvimentos identificados através da análise dos cenários (prospectiva e foresight) e de tendências (coolhunting) para impulsionar a inovação e manter-se relevante nos mercados.

A inovação é fundamental pois permite a criação de novos produtos, serviços, processos e modelos de negócios que atendam às necessidades em constante evolução dos clientes e do mercado.

Ao analisar as tendências, as empresas podem identificar oportunidades de inovação e antecipar as demandas futuras, preparando-se para enfrentar os desafios e se destacar em seu setor.

Alguns aspectos-chave do poder da inovação com a lente das tendências incluem:

Trends for Business | Tendências para Negócios

4. The Power of Innovation

(TrendsInnovation)

1. **Anticipate Changes:** By observing trends, organizations can identify potential changes in consumer behavior, emerging technologies, government regulations and other factors that could impact their business. This anticipation allows them to adapt more quickly and take proactive steps to stay relevant.
2. **Identify Growth Opportunities:** Trends can reveal new business opportunities or market niches that have not yet been explored. By understanding the emerging needs and desires of customers, companies can develop innovative solutions that meet these demands.
3. **Spark Creativity:** Trend analysis can inspire teams' creativity by providing insights into new concepts, technologies, or approaches that can be applied to existing products or services.

4. O Poder da Inovação

(TrendsInnovation)

1. **Antecipar as Mudanças:** Ao observar as tendências, as organizações podem identificar mudanças potenciais no comportamento do consumidor, tecnologias emergentes, regulamentações governamentais e outros fatores que podem impactar seus negócios. Essa antecipação permite que elas se adaptem mais rapidamente e tomem medidas proativas para se manterem relevantes.
2. **Identificar Oportunidades de Crescimento:** As tendências podem revelar novas oportunidades de negócio ou nichos de mercado que ainda não foram explorados. Ao compreender as necessidades e desejos emergentes dos clientes, as empresas podem desenvolver soluções inovadoras que atendam a essas demandas.
3. **Estimular a Criatividade:** A análise das tendências pode inspirar a criatividade das equipes, fornecendo insights sobre novos conceitos, tecnologias ou abordagens que podem ser aplicadas aos produtos ou serviços existentes.

Trends for Business | Tendências para Negócios

4. The Power of Innovation

(TrendsInnovation)

4. Compete Effectively: Companies that follow trends are in a better position to compete successfully, as they can develop innovative proposals to stand out from the competition.

5. Improve Decision Making: Knowing trends helps companies make more informed and reasoned decisions, avoiding unnecessary risks and investing in areas that have greater potential for growth.

6. Adopt New Technologies: Innovation is often associated with the adoption of new technologies. By keeping up with technology trends, companies can identify tools and solutions that can enhance their processes, improve the customer experience and increase operational efficiency.

4. O Poder da Inovação

(TrendsInnovation)

4. Competir de Forma Efetiva: As empresas que acompanham as tendências estão em melhor posição para competir com sucesso, pois podem desenvolver propostas inovadoras para se destacar da atuação concorrencial.

5. Melhorar a Tomada de Decisões: O conhecimento das tendências ajuda as empresas a tomar decisões mais informadas e fundamentadas, evitando riscos desnecessários e investindo em áreas que têm maior potencial de crescimento.

6. Adotar Novas Tecnologias: A inovação muitas vezes está associada à adoção de novas tecnologias. Ao acompanhar as tendências tecnológicas, as empresas podem identificar ferramentas e soluções que podem aprimorar seus processos, melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional.

Trends for Business | Tendências para Negócios

4. The Power of Innovation

(TrendsInnovation)

4. O Poder da Inovação

(TrendsInnovation)

7. Customer Focus: Trends often reflect customer preferences and needs. By taking a customer-centric approach and aligning innovation with market trends, companies can create more relevant and engaging solutions for their audiences.

8. Resilience and Sustainability: Trend-driven innovation can help organizations become more resilient and sustainable by adapting to changes in the business environment and global context.

7. Foco no Cliente: As tendências muitas vezes refletem as preferências e necessidades dos clientes. Ao adotar uma abordagem centrada no cliente e alinhar a inovação com as tendências do mercado, as empresas podem criar soluções mais relevantes e atrativas para seus públicos.

8. Resiliência e Sustentabilidade: A inovação impulsionada pelas tendências pode ajudar as organizações a se tornarem mais resilientes e sustentáveis, adaptando-se a mudanças no ambiente de negócios e no contexto global.

To harness the power of innovation with the lens of trends (TrendsInnovation), companies must cultivate a culture of innovation and be willing to adopt an agile approach, adapting quickly to changes in the market and society.

Constantly monitoring trends and seeking innovative insights will allow organizations to stay at the forefront of their industries and find new opportunities to grow and prosper.

Para aproveitar o poder da inovação com a lente das tendências (TrendsInnovation), as empresas devem cultivar uma cultura de inovação e estarem dispostas a adotar uma abordagem ágil, adaptando-se rapidamente às mudanças no mercado e na sociedade.

O monitoramento constante das tendências e a busca por insights inovadores permitirão que as organizações permaneçam na vanguarda de seus setores e encontrem novas oportunidades para crescer e prosperar.

Trends for Business | Tendências para Negócios

5. C-Level Advising

On the assumption that no one knows everything, and everyone knows a little, the practice of advising has gained relevance and will grow exponentially in the coming years, as a way of facing the growing challenges that senior management faces in the day-to-day of their businesses and companies.

Advising is the practice of helping a company and its management team improve its systems and processes over time. Advisors generally work in a partnership and support logic and can often assume temporary or longer-lasting executive functions within the company. Companies sometimes think of advisors as mentors because they are usually very experienced in their industries.

Advisors generally aim to guide their clients to help them achieve their main goals and overarching purposes. Small businesses or startups may find hiring an advisor especially useful to get expert advice and help create a strategy for success.

5. Advising para C-Level

No pressuposto de que ninguém sabe tudo e todos sabem um pouco, a prática de advising tem ganho relevância e crescerá exponencialmente nos próximos anos, como forma de fazer face aos crescentes desafios que a alta gestão enfrenta no dia a dia dos seus negócios e empresas.

Advising é a prática de auxiliar uma empresa e sua equipe de gestão a melhorar seus sistemas e processos ao longo do tempo. Os advisors geralmente trabalham numa lógica de parceria e apoio e podem muitas vezes assumir funções executivas temporárias ou mais duradouras dentro da empresa. Às vezes, as empresas pensam nos advisors como mentores porque geralmente são muito experientes em seus setores.

Os advisors geralmente visam orientar seus clientes para ajudá-los a atingir seus principais objetivos e propósitos abrangentes. Pequenas empresas ou startups podem considerar a contratação de um advisor especialmente útil para obter conselhos de um especialista e obter ajuda para criar uma estratégia para o sucesso.

Trends for Business | Tendências para Negócios

5. C-Level Advising

The nature of an advisor's involvement is generally long-term and specific to their industry experience. The nature of advisor work is not project-based. The advisor's overall objective is to help the client achieve their long-term strategic objectives, influencing day-to-day operations. Thus, an advisor develops deep relationships with clients. Advisors are usually professionals with years of experience in a given industry and their positioning is a problem-solving approach supported by subject matter expertise.

The advisor puts his experience at the service of the companies he works for, strengthening personalization and treating each case as unique.

Using a management advisor offers organizations several advantages. Here are some of the main advantages:

5. Advising para C-Level

A natureza do envolvimento de um advisor geralmente é de longo prazo e específica para sua experiência no setor. A natureza do trabalho de advisor não é baseada em projetos. O objetivo geral do advisor é ajudar o cliente a atingir seus objetivos estratégicos de longo prazo, influenciando as operações do dia a dia. Assim, um advisor desenvolve relacionamentos profundos com os clientes. Os advisors geralmente são profissionais com anos de experiência em um determinado setor e o seu posicionamento é uma abordagem de solução de problemas suportada na experiência no assunto.

O advisor coloca a sua experiência ao serviço das empresas para quem trabalha fortalecendo a personalização e tratando cada caso como único.

Recorrer a um advisor de gestão oferece várias vantagens para as organizações. Aqui estão algumas das principais vantagens:

Trends for Business | Tendências para Negócios

5. C-Level Advising

1. Specialized expertise: Management advisors bring specialized knowledge and experience in various areas of business management. They have an in-depth understanding of best practices, industry trends and common challenges facing businesses. This expertise enables them to offer valuable insights and targeted recommendations to drive the organization's performance and efficiency.
2. External and unbiased view: A management advisor brings an external and unbiased perspective to the organization. They are not directly involved in day-to-day operations and therefore can objectively analyze challenges and opportunities. This outside view can help identify hidden problems, propose innovative solutions and provide a fresh approach to the business.

5. Advising para C-Level

1. Expertise especializada: Advisors de gestão trazem conhecimentos especializados e experiência em diversas áreas da gestão de negócios. Eles têm uma compreensão aprofundada das melhores práticas, tendências do setor e desafios comuns enfrentados pelas empresas. Essa expertise permite que eles ofereçam insights valiosos e recomendações direcionadas para impulsionar o desempenho e a eficiência da organização.
2. Visão externa e imparcial: Um advisor de gestão traz uma perspectiva externa e imparcial para a organização. Eles não estão diretamente envolvidos nas operações diárias e, portanto, podem analisar objetivamente os desafios e oportunidades. Essa visão externa pode ajudar a identificar problemas ocultos, propor soluções inovadoras e fornecer uma abordagem fresca para os negócios.

Trends for Business | Tendências para Negócios

5. C-Level Advising

3. Customized Solutions: Management Advisors work closely with the organization's leaders to understand their specific needs and goals. Based on this understanding, they develop custom solutions that align with the organization's strategy and capabilities. These solutions are tailored to each client's unique circumstances, which increases the likelihood of success.

4. Access to Networks and Resources: Management advisors often have an extensive network of contacts and access to valuable resources. This can include connections with other professionals, vendors, technology experts, and more. These additional resources can be leveraged to help the organization overcome challenges, gain market insights, and identify opportunities for strategic partnerships.

5. Effective Change Implementation: Management advisors are experienced in leading and facilitating organizational change processes. They can help identify areas for improvement, develop clear action plans and provide support

5. Advising para C-Level

3. Soluções personalizadas: Advisors de gestão trabalham em estreita colaboração com os líderes da organização para entender suas necessidades e metas específicas. Com base nessa compreensão, eles desenvolvem soluções personalizadas que se alinham com a estratégia e os recursos da organização. Essas soluções são adaptadas às circunstâncias únicas de cada cliente, o que aumenta a probabilidade de sucesso.

4. Acesso a redes e recursos: Advisors de gestão geralmente possuem uma ampla rede de contatos e acesso a recursos valiosos. Isso pode incluir conexões com outros profissionais, fornecedores, especialistas em tecnologia e muito mais. Esses recursos adicionais podem ser aproveitados para ajudar a organização a superar desafios, obter informações de mercado e identificar oportunidades de parcerias estratégicas.

5. Implementação eficaz de mudanças: Os advisors de gestão têm experiência em liderar e facilitar processos de mudança organizacional. Eles podem ajudar a identificar áreas de melhoria, desenvolver planos de ação claros e oferecer suporte

Trends for Business | Tendências para Negócios

5. C-Level Advising

5. (cont.) during implementation. This expertise facilitates a smooth and successful transition to a new strategy, improved processes or other necessary changes.

6. Learning and development: Engaging a management advisor is not just about solving immediate problems. It is a learning and development opportunity for the organization's leaders and teams. Advisors can share knowledge, train skills and provide valuable guidance that can drive professional growth and strengthen the team's ability to deal with future challenges.

Using an advisor offers a large group of advantages that can boost the performance, competitiveness and long-term success of an organization and provide greater success for its top managers, directors, board members and shareholders.

5. Advising para C-Level

5. (cont.) durante a implementação. Essa expertise facilita a transição suave e bem-sucedida para uma nova estratégia, processos aprimorados ou outras mudanças necessárias.

6. Aprendizado e desenvolvimento: Engajar um advisor de gestão não é apenas sobre a solução de problemas imediatos. É uma oportunidade de aprendizado e desenvolvimento para os líderes e equipes da organização. Os advisors podem compartilhar conhecimentos, treinar habilidades e fornecer orientação valiosa que pode impulsionar o crescimento profissional e fortalecer a capacidade da equipe em lidar com desafios futuros.

Recorrer a um advisor oferece um grande grupo de vantagens que podem impulsionar o desempenho, a competitividade e o sucesso a longo prazo de uma organização e proporcionar maior sucesso aos seus gestores de topo, diretores, conselheiros e acionistas.

Trends for Business | Tendências para Negócios

6. Lifelong Learning

Continuing education, also known as permanent education or lifelong learning, refers to the process of updating and constantly improving the knowledge, skills and competencies of professionals in their areas of expertise. This practice involves the continuous search for new knowledge, either through courses, workshops, training or other forms of learning.

The importance of continuing education for companies covers several fundamental aspects for organizational growth and success:

1. **Innovation and Adaptation:** Continuing education allows employees to keep up with technological, market and social changes, enabling them to innovate and adapt quickly to new demands and trends in the sector.
2. **Competitiveness:** Updated and well-informed professionals are essential for the competitiveness of companies. With a qualified team, the company can stand out in the market, offering more efficient and creative solutions.

6. Educação Continuada

A educação continuada, também conhecida como educação permanente ou aprendizagem ao longo da vida, refere-se ao processo de atualização e aprimoramento constante dos conhecimentos, habilidades e competências de profissionais em suas áreas de atuação. Essa prática envolve a busca contínua por novos conhecimentos, seja por meio de cursos, workshops, treinamentos ou outras formas de aprendizado.

A importância da educação continuada para as empresas abrange diversos aspectos fundamentais para o crescimento e o sucesso organizacional:

1. **Inovação e Adaptação:** A educação continuada permite que os colaboradores acompanhem as mudanças tecnológicas, de mercado e sociais, capacitando-os a inovar e se adaptar rapidamente às novas demandas e tendências do setor.
2. **Competitividade:** Profissionais atualizados e bem informados são essenciais para a competitividade das empresas. Com uma equipe qualificada, a empresa pode se destacar no mercado, oferecendo soluções mais eficientes e criativas.

Trends for Business | Tendências para Negócios

6. Lifelong Learning

3. Performance Improvement: Continuous learning contributes to the improvement of individual and collective performance, resulting in greater efficiency, productivity and quality of products or services.

4. Motivation and Engagement: Offering continuing education opportunities to employees demonstrates the company's commitment to the development and well-being of its team. This can increase motivation and engagement, reflecting positively on the organizational climate.

5. Reduced Employee Turnover: Employees who have the chance to grow professionally and expand their skills are more likely to stay with the company, reducing turnover and the costs associated with hiring and training new employees.

6. Leadership and Succession: Investing in the continuing education of employees also contributes to the development of internal leaders and the preparation of successors for key positions in the company.

6. Educação Continuada

3. Melhoria do Desempenho: A aprendizagem contínua contribui para o aprimoramento do desempenho individual e coletivo, resultando em maior eficiência, produtividade e qualidade dos produtos ou serviços.

4. Motivação e Engajamento: Oferecer oportunidades de educação continuada aos funcionários demonstra o compromisso da empresa com o desenvolvimento e o bem-estar de sua equipe. Isso pode aumentar a motivação e o engajamento, refletindo positivamente no clima organizacional.

5. Redução da Rotatividade de Funcionários: Colaboradores que têm a chance de crescer profissionalmente e expandir suas habilidades são mais propensos a permanecer na empresa, reduzindo a rotatividade e os custos associados à contratação e treinamento de novos funcionários.

6. Liderança e Sucessão: Investir na educação continuada dos colaboradores também contribui para o desenvolvimento de líderes internos e a preparação de sucessores para posições-chave na empresa.

Trends for Business | Tendências para Negócios

6. Lifelong Learning

7. Solving Complex Problems: Professionals with a solid base of knowledge and skills find it easier to face and solve complex problems that may arise in the daily operations of the company.
8. Fostering a Culture of Learning: By valuing continuing education, the company encourages a culture of learning, where knowledge is constantly shared and disseminated among employees.
9. Regulatory Compliance: In regulated industries, continuing education is essential to ensure employees are current on legal standards and requirements.
10. Recognition of Internal Talent: Offering continuous learning opportunities shows employees that the company values and recognizes internal talent, encouraging professional growth.

6. Educação Continuada

7. **Resolução de Problemas Complexos:** Profissionais com uma base sólida de conhecimento e habilidades têm mais facilidade para enfrentar e resolver problemas complexos que possam surgir nas operações diárias da empresa.
8. **Fomento da Cultura de Aprendizado:** Ao valorizar a educação continuada, a empresa estimula uma cultura de aprendizado, onde o conhecimento é constantemente compartilhado e disseminado entre os colaboradores.
9. **Cumprimento de Regulamentações:** Em setores regulados, a educação continuada é essencial para garantir que os funcionários estejam atualizados sobre as normas e requisitos legais.
10. **Reconhecimento do Talento Interno:** Oferecer oportunidades de aprendizado contínuo mostra aos colaboradores que a empresa valoriza e reconhece o talento interno, incentivando o crescimento profissional.

Trends for Business | Tendências para Negócios

6. Lifelong Learning

Continuing education is increasingly presented as a strategic investment for companies, providing a competitive advantage, improving organizational performance and promoting a stimulating and engaging work environment.

The constant pursuit of learning and development will continue to be essential for companies to remain relevant, innovative and successful in an ever-evolving business environment.

6. Educação Continuada

A educação continuada apresenta-se cada vez mais como um investimento estratégico para as empresas, proporcionando uma vantagem competitiva, melhorando o desempenho organizacional e promovendo um ambiente de trabalho estimulante e engajador.

A constante busca por aprendizado e desenvolvimento continuará sendo essencial para que as empresas se mantenham relevantes, inovadoras e bem-sucedidas em um ambiente de negócios em constante evolução.

Trends for Business | Tendências para Negócios

7. Platform and Ecosystem Business

One of the strongest trends. Platform and ecosystem businesses are two business models that have gained prominence in the contemporary business world, driven by increasing digitalization and global interconnection.

Both models have demonstrated the ability to revolutionize entire industries, providing opportunities for growth and innovation for companies that adopt them.

1. Platform Businesses: Platform businesses are based on a technological architecture that allows the integration and sharing of resources, services or information between different participants, such as consumers, producers and suppliers. These platforms act as intermediaries, connecting the supply and demand sides of a market and facilitating the exchange of value between them.

7. Negócios de Plataforma e Ecossistema

Uma das mais fortes tendências. Negócios de plataforma e de ecossistema são dois modelos de negócios que têm ganho destaque no mundo empresarial contemporâneo, impulsionados pela crescente digitalização e interconexão global.

Ambos os modelos têm demonstrado a capacidade de revolucionar setores inteiros, proporcionando oportunidades de crescimento e inovação para as empresas que os adotam.

1. Negócios de Plataforma: Os negócios de plataforma são baseados em uma arquitetura tecnológica que permite a integração e o compartilhamento de recursos, serviços ou informações entre diferentes participantes, como consumidores, produtores e fornecedores. Essas plataformas atuam como intermediárias, conectando os lados da oferta e da demanda em um mercado e facilitando a troca de valor entre eles.

Trends for Business | Tendências para Negócios

7. Platform and Ecosystem Business

Features and importance:

- **Exponential Scale:** Digital platforms have the potential to reach a broad user base, often on a global scale, driving exponential business growth.
- **Creating Shared Value:** Platforms allow multiple participants to contribute to the value generated, creating a collaborative ecosystem where everyone benefits.
- **Continuous Innovation:** Platform businesses can evolve and adapt quickly, integrating new services and functionality to meet the ever-changing needs of users.
- **Customer Experience:** Successful platforms often offer an intuitive and personalized customer experience, resulting in greater satisfaction and loyalty.

Examples of platform businesses include tech giants like Google, Amazon, Uber, Airbnb and social media apps like Facebook or LinkedIn.

7. Negócios de Plataforma e Ecossistema

Características e importância:

- **Escala Exponencial:** Plataformas digitais têm o potencial de alcançar uma ampla base de usuários, muitas vezes em uma escala global, impulsionando o crescimento exponencial do negócio.
- **Criação de Valor Compartilhado:** As plataformas permitem que múltiplos participantes contribuam para o valor gerado, criando um ecossistema colaborativo em que todos se beneficiam.
- **Inovação Contínua:** Negócios de plataforma podem evoluir e se adaptar rapidamente, integrando novos serviços e funcionalidades para atender às necessidades em constante mudança dos usuários.
- **Experiência do Cliente:** Plataformas bem-sucedidas geralmente oferecem uma experiência de cliente intuitiva e personalizada, resultando em maior satisfação e fidelização.

Exemplos de negócios de plataforma incluem gigantes da tecnologia, como Google, Amazon, Uber, Airbnb e aplicativos de redes sociais como Facebook ou LinkedIn.

Trends for Business | Tendências para Negócios

7. Platform and Ecosystem Business

2. Ecosystem Businesses: Ecosystem businesses involve creating an interconnected set of companies, suppliers, partners and customers that collaborate to provide a complete and holistic offering in the marketplace. Unlike platforms, ecosystem businesses are not centered around a single entity, but rather the collaboration of multiple stakeholders to deliver a more comprehensive solution.

Features and importance:

- Service Complementarity: Each participant in the ecosystem contributes with its unique skills and resources, creating a complete and more valuable offer for the end customer.
- Strategic Cooperation: Ecosystem businesses require cooperation among members, who share goals and strategies for joint success.
- Revenue Diversification: Ecosystem participants can diversify their revenue streams by leveraging other members' customer base.

7. Negócios de Plataforma e Ecossistema

2. Negócios de Ecossistema: Os negócios de ecossistema envolvem a criação de um conjunto interconectado de empresas, fornecedores, parceiros e clientes que colaboram para fornecer uma oferta completa e holística no mercado. Diferentemente das plataformas, os negócios de ecossistema não são centrados em uma única entidade, mas sim na colaboração de várias partes interessadas para oferecer uma solução mais abrangente.

Características e importância:

- Complementaridade de Serviços: Cada participante do ecossistema contribui com suas habilidades e recursos exclusivos, criando uma oferta mais completa e valiosa para o cliente final.
- Cooperação Estratégica: Negócios de ecossistema requerem cooperação entre os membros, que compartilham objetivos e estratégias para o sucesso conjunto.
- Diversificação de Receitas: Participantes do ecossistema podem diversificar suas fontes de receita, aproveitando a base de clientes de outros membros.

Trends for Business | Tendências para Negócios

7. Platform and Ecosystem Business

- Collaborative Innovation: Collaboration within the ecosystem encourages innovation and the joint search for more efficient and creative solutions.

Examples of ecosystem businesses include technology companies that work together to provide integrated solutions, such as Microsoft and Intel, which collaborate to offer compatible devices and software, or Inova itself as an ecosystem of TrendsInnovation, with its areas of Research, Consulting, Education and Publishing.

The importance of both models lies in their potential to create synergies, achieve scalability and drive innovation in different sectors. They offer companies the opportunity to become more agile, flexible and adaptable, which is essential in an increasingly dynamic and competitive business environment. Furthermore, these models can create additional value for customers by providing them with more comprehensive and satisfying experiences.

7. Negócios de Plataforma e Ecossistema

- Inovação Colaborativa: A colaboração dentro do ecossistema estimula a inovação e a busca conjunta por soluções mais eficientes e criativas.

Exemplos de negócios de ecossistema incluem empresas de tecnologia que trabalham juntas para fornecer soluções integradas, como Microsoft e Intel, que colaboram para oferecer dispositivos e softwares compatíveis ou na própria Inova como um ecossistema de TrendsInnovation, com as suas áreas de Research, consultoria, educação e publicação (editora).

A importância de ambos os modelos reside no seu potencial para criar sinergias, alcançar escalabilidade e impulsionar a inovação em diversos setores. Eles oferecem às empresas a oportunidade de se tornarem mais ágeis, flexíveis e adaptáveis, o que é essencial em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e competitivo. Além disso, esses modelos podem criar valor adicional para os clientes, proporcionando-lhes experiências mais abrangentes e satisfatórias.

Trends for Business | Tendências para Negócios

7. Platform and Ecosystem Business

It is important for companies to be aware of the challenges associated with these models, such as regulatory issues, competition, organizational culture, management skills and data security, among others.

Success in these models requires a solid strategy, effective governance, and a commitment to creating shared value for all ecosystem or platform participants.

When implemented well, platform and ecosystem businesses can drive innovation, collaboration and sustainable growth for companies in an ever-changing business landscape.

7. Negócios de Plataforma e Ecossistema

É importante que as empresas estejam atentas aos desafios associados a esses modelos, como questões regulatórias, concorrência, cultura organizacional, competências de gestão e segurança de dados, entre outras.

O sucesso nesses modelos requer uma estratégia sólida, uma governança eficaz e um compromisso com a criação de valor compartilhado para todos os participantes do ecossistema ou da plataforma.

Quando bem implementados, os negócios de plataforma e de ecossistema podem impulsionar a inovação, a colaboração e o crescimento sustentável das empresas em um cenário de negócios em constante transformação.

Trends for Business | Tendências para Negócios

8. Customized Governance (tailor made) 8. Governança Customizada (à medida)

Governance in companies refers to the set of rules, practices and structures that regulate and guide decision-making, accountability and management of organizations. It is an essential structure to ensure that the company is managed in an ethical, transparent and responsible manner, in the interest of shareholders, employees, customers and other stakeholders.

A governança nas empresas refere-se ao conjunto de regras, práticas e estruturas que regulam e orientam a tomada de decisão, a prestação de contas e a gestão das organizações. É uma estrutura essencial para garantir que a empresa seja gerida de forma ética, transparente e responsável, visando ao interesse dos acionistas, dos colaboradores, dos clientes e de outros stakeholders.

The importance of governance in companies is multifaceted:

A importância da governança nas empresas é multifacetada:

1. **Transparency and Accountability:** Governance establishes mechanisms for the transparent disclosure of relevant information about the company, allowing stakeholders to understand its operations and financial performance. This contributes to the company's trust and credibility with the public.
2. **Risk Management:** Robust governance helps identify and manage risks, allowing the company to make informed decisions and minimize possible negative impacts.

1. **Transparência e Prestação de Contas:** A governança estabelece mecanismos para a divulgação transparente de informações relevantes sobre a empresa, permitindo que os stakeholders entendam suas operações e desempenho financeiro. Isso contribui para a confiança e a credibilidade da empresa junto ao público.
2. **Gestão de Riscos:** Uma governança robusta auxilia na identificação e gestão de riscos, permitindo que a empresa tome decisões informadas e minimize possíveis impactos negativos.

Trends for Business | Tendências para Negócios

- 
8. Customized Governance (tailor made)
8. Governança Customizada (à medida)
3. Alignment of Interests: Governance aligns the interests of shareholders, executives and other stakeholders, avoiding conflicts of interest and ensuring that the company's long-term objectives are pursued.
3. Alinhamento de Interesses: A governança alinha os interesses dos acionistas, executivos e demais partes interessadas, evitando conflitos de interesse e assegurando que os objetivos de longo prazo da empresa sejam perseguidos.
4. Access to Capital: Companies with sound governance tend to be more attractive to investors and can access capital at lower costs.
4. Acesso a Capital: Empresas com governança sólida tendem a ser mais atraentes para investidores e podem ter acesso a capital a custos mais baixos.
5. Innovation and Sustainable Growth: Governance helps promote a culture of innovation and sustainable growth, with a focus on creating long-term value.
5. Inovação e Crescimento Sustentável: A governança ajuda a promover uma cultura de inovação e crescimento sustentável, com foco na criação de valor de longo prazo.

The fact that governance needs to be increasingly customized and not standardized stems from the growing complexity and diversity of companies and the sectors in which they operate.

O fato de a governança precisar ser cada vez mais customizada e não estandardizada decorre da crescente complexidade e diversidade das empresas e dos setores em que atuam.

Trends for Business | Tendências para Negócios

8. Customized Governance (tailor made) 8. Governança Customizada (à medida)

Each company has unique characteristics such as its structure, culture, size, industry and business strategy. Therefore, a standardized approach to governance may not be suitable for all companies.

Customized governance allows companies to adapt their practices and structures to meet their specific needs and the requirements of their business environment. This is particularly important in companies of different sizes, startups, family businesses, public or private companies and multinational organizations, which may have different priorities, challenges and levels of complexity.

Governance customization allows the company to adopt a more agile and flexible approach, allowing it to adapt quickly to changes in the market and regulatory environment. In addition, it allows the company to prioritize issues that are critical and relevant to its sustainability and long-term success.

Cada empresa possui características únicas, como sua estrutura, cultura, tamanho, indústria e estratégia de negócios. Portanto, uma abordagem padronizada para a governança pode não ser adequada para todas as empresas.

Uma governança customizada permite que as empresas adaptem suas práticas e estruturas para atender às suas necessidades específicas e aos requisitos de seu ambiente de negócios. Isso é particularmente importante em empresas de diferentes tamanhos, startups, empresas familiares, empresas de capital aberto ou fechado e organizações multinacionais, que podem ter diferentes prioridades, desafios e níveis de complexidade.

A customização da governança permite que a empresa adote uma abordagem mais ágil e flexível, permitindo que se adapte rapidamente às mudanças no mercado e no ambiente regulatório. Além disso, permite que a empresa priorize questões críticas e relevantes para sua sustentabilidade e sucesso a longo prazo.

Trends for Business | Tendências para Negócios

8. Customized Governance (tailor made) 8. Governança Customizada (à medida)

However, it is important to emphasize that customizing governance does not mean neglecting fundamental principles, such as ethics, transparency and accountability. Regardless of the specific model adopted, effective governance must be aligned with the company's values and organizational culture, ensuring the creation of value in a sustainable and responsible manner for all stakeholders involved.

No entanto, é importante ressaltar que a customização da governança não significa negligenciar princípios fundamentais, como ética, transparência e prestação de contas. Independentemente do modelo específico adotado, a governança eficaz deve estar alinhada com os valores e a cultura organizacional da empresa, garantindo a criação de valor de maneira sustentável e responsável para todos os stakeholders envolvidos.



Trends for Business | Tendências para Negócios

9. Prospective Strategic Planning

Prospective strategic planning, adopted by Inova since 2015 through its SBB (Strategic Building Blocks) methodology, is an approach that seeks to anticipate the future, considering emerging scenarios and trends as a basis for making strategic decisions.

Unlike traditional planning, which focuses on analyzing the past and the present to project the future, prospective strategic planning incorporates a broader and prospective vision.

This approach seeks to answer questions such as "what could happen in the future?", "what are the disruptive trends and forces that could affect our business?" and "How can we prepare for different future scenarios?". For this, the prospective strategic planning process involves the following steps:

9. Planejamento Estratégico Prospectivo

O planejamento estratégico prospectivo, adotado pela Inova desde 2015 através da sua metodologia SBB (Strategic Building Blocks) é uma abordagem que busca antecipar o futuro, considerando os cenários e as tendências emergentes como base para tomar decisões estratégicas.

Diferentemente do planejamento tradicional, que se concentra na análise do passado e do presente para projetar o futuro, o planejamento estratégico prospectivo incorpora uma visão mais ampla e prospectiva.

Essa abordagem procura responder perguntas como "o que poderá acontecer no futuro?", "quais são as tendências e forças disruptivas que podem afetar o nosso negócio?" e "como podemos nos preparar para diferentes cenários futuros?". Para isso, o processo de planejamento estratégico prospectivo envolve as seguintes etapas:

Trends for Business | Tendências para Negócios

9. Prospective Strategic Planning

1. **Analysis of Scenarios and Trends:** The first step is to collect information and analyze the scenarios and those that may impact the business in the future. This involves identifying social, technological, political, economic, environmental and social movements in a given period of time.
2. **Definition of Plausible Scenarios:** Based on the analyses, plausible and realistic future scenarios are constructed. These scenarios represent possible futures, from the most optimistic to the most pessimistic, helping to understand how different factors can combine and influence the company.
3. **Identification of Opportunities and Threats:** Future scenarios allow identifying potential opportunities and threats for the organization. This allows the company to be prepared to face risks and take advantage of strategic opportunities.

9. Planejamento Estratégico Prospectivo

1. **Análise de Cenários e Tendências:** A primeira etapa é coletar informações e analisar os cenários e as que podem impactar o negócio no futuro. Isso envolve a identificação de movimentos sociais, tecnológicos, políticos, econômicos, ambientais e sociais num determinado período de tempo.
2. **Definição de Cenários Plausíveis:** Com base nas análises, são construídos cenários futuros plausíveis e realistas. Esses cenários representam possíveis futuros, desde os mais otimistas aos mais pessimistas, ajudando a entender como diferentes fatores podem se combinar e influenciar a empresa.
3. **Identificação de Oportunidades e Ameaças:** Os cenários futuros permitem identificar oportunidades e ameaças potenciais para a organização. Isso permite que a empresa esteja preparada para enfrentar riscos e aproveitar oportunidades estratégicas.

Trends for Business | Tendências para Negócios

9. Prospective Strategic Planning

4. Identification and Qualification of Mental Models: Mental models are cognitive structures that shape the way we perceive, interpret and understand the world around us. They are concepts, beliefs, prejudices and assumptions that influence our thinking and decisions in an often-unconscious way. In strategy, mental models play a crucial role, as they shape the way leaders and managers perceive and approach organizational challenges and opportunities and are also representations of the current organizational culture.

5. Strategy Formulation: Based on the scenarios, trends and mental models, the vision card is built, and the company's strategic stakes are defined.

6. Construction of Action Plans: Once the bets are defined, the action plans are defined, their importance and prioritization and their implementation schedule, considering objectives, activities, deliverables, responsible parties and resources needed for each plan.

9. Planejamento Estratégico Prospectivo

4. Identificação e Qualificação dos Modelos Mentais: Os modelos mentais são estruturas cognitivas que moldam a forma como percebemos, interpretamos e compreendemos o mundo ao nosso redor. São conceitos, crenças, preconceitos e pressupostos que influenciam nosso pensamento e nossas decisões de maneira muitas vezes inconsciente. Na estratégia, os modelos mentais desempenham um papel crucial, pois moldam a maneira como os líderes e gestores percebem e abordam os desafios e oportunidades organizacionais sendo também representações da cultura organizacional vigente.

5. **Formulação da Estratégia:** Com base nos cenários, tendências e modelos mentais, é construída a carta visão e são definidas as apostas estratégicas da empresa.

6. **Construção dos Planos de Ação:** Definidas as apostas são então definidos os planos de ação, sua importância e priorização e seu cronograma de implementação, considerando objetivos, atividades, entregáveis, responsáveis e recursos necessários por cada plano.

Trends for Business | Tendências para Negócios

9. Prospective Strategic Planning

7. Definition of Indicators and Targets: Prospective planning includes the definition of indicators and targets that allow monitoring performance and progress in relation to projected scenarios.

The importance of prospective strategic planning is increasingly in its ability to make the company more prepared and resilient for the future.

It allows the organization to stay ahead of changes and trends, rather than just reacting to them. By anticipating possible evolutions in the market and the business environment, the company can make more informed and reasoned decisions, taking advantage of opportunities and minimizing risks.

Furthermore, this planning approach encourages a mindset of continuous learning and openness to innovation.

9. Planejamento Estratégico Prospectivo

7. Definição de Indicadores e Metas: O planejamento prospectivo inclui a definição de indicadores e metas que permitem monitorar o desempenho e o progresso em relação aos cenários projetados.

A importância do planejamento estratégico prospectivo está cada vez mais na sua capacidade de tornar a empresa mais preparada e resiliente para o futuro.

Ele permite que a organização esteja à frente das mudanças e tendências, em vez de apenas reagir a elas. Ao antecipar as possíveis evoluções do mercado e do ambiente de negócios, a empresa pode tomar decisões mais informadas e fundamentadas, aproveitando oportunidades e minimizando riscos.

Além disso, essa abordagem de planejamento encoraja uma mentalidade de aprendizado contínuo e abertura para a inovação.

Trends for Business | Tendências para Negócios

9. Prospective Strategic Planning

The company is prepared to adapt its strategies and operations as new information and trends emerge, keeping up with an ever-changing business landscape.

It is important to remember that the future is uncertain, and even with well-developed forward planning, there will always be unpredictable elements.

Therefore, the permanent review of strategic assumptions, agility and the ability to adapt are also essential to ensure the successful implementation of planned strategies.

Prospective strategic planning is a valuable tool for companies that want to be prepared for the challenges and opportunities of the future, remaining competitive and sustainable over time.

9. Planejamento Estratégico Prospectivo

A empresa está preparada para adaptar suas estratégias e operações conforme novas informações e tendências emergem, mantendo-se atualizada em um cenário de negócios em constante mudança.

É importante lembrar que o futuro é incerto, e mesmo com um planejamento prospectivo bem desenvolvido, sempre haverá elementos imprevisíveis.

Portanto, a revisão permanente dos pressupostos estratégicos, a agilidade e a capacidade de se adaptar também são essenciais para garantir o sucesso da implementação das estratégias planejadas.

O planejamento estratégico prospectivo é uma ferramenta valiosa para empresas que desejam estar preparadas para os desafios e oportunidades do futuro, mantendo-se competitivas e sustentáveis ao longo do tempo.

Trends for Business | Tendências para Negócios

10. Digital Humanism

Digital humanism is an approach that places the human being at the center of the development and application of technology. This perspective seeks to balance technological advancement with human well-being, ensuring that technologies are created and used ethically, inclusively and responsibly.

The emergence of digital humanism is a response to the challenges and impacts of digital transformation in various areas of society. As technology becomes more and more pervasive in our lives, it is important to ensure that it is designed to serve human needs and aspirations, rather than just focusing on efficiency and profit.

Some core tenets of digital humanism include:

1. **Ethics and Privacy:** Respect for privacy and ethics is essential in the collection and use of personal data. Digital humanism seeks to ensure that people have control over their information and that technology is used transparently and responsibly.

10. Humanismo Digital

O humanismo digital é uma abordagem que coloca o ser humano no centro do desenvolvimento e aplicação da tecnologia. Essa perspectiva busca equilibrar o avanço tecnológico com o bem-estar humano, garantindo que as tecnologias sejam criadas e utilizadas de forma ética, inclusiva e responsável.

O surgimento do humanismo digital é uma resposta aos desafios e impactos da transformação digital em diversas áreas da sociedade. À medida que a tecnologia se torna cada vez mais presente em nossas vidas, é importante garantir que ela seja projetada para servir às necessidades e aspirações humanas, em vez de apenas focar na eficiência e no lucro.

Alguns princípios fundamentais do humanismo digital incluem:

1. **Ética e Privacidade:** O respeito à privacidade e à ética é essencial na coleta e no uso de dados pessoais. O humanismo digital busca garantir que as pessoas tenham controle sobre suas informações e que a tecnologia seja utilizada de forma transparente e responsável.

Trends for Business | Tendências para Negócios

10. Digital Humanism

2. **Inclusion and Accessibility:** Technology should be accessible to everyone, regardless of their background, age, abilities or conditions. Digital humanism seeks to promote digital inclusion and reduce social exclusion caused by the digital divide.
3. **Positive Social Impact:** Technological development must take into account the social impact of its applications. Digital humanism aims to maximize the positive impact of technology on society, such as improvements in education, health, environment, among other areas.
4. **Empowerment of the Individual:** Digital humanism emphasizes the empowerment of the individual, ensuring that people have control over technology and that it is a tool to improve their lives and promote their autonomy.
5. **Accountability and Transparency:** Technology companies and developers have a responsibility to ensure transparency in their practices and to assume responsibility for potential harm caused by their innovations.

10. Humanismo Digital

2. **Inclusão e Acessibilidade:** A tecnologia deve ser acessível a todos, independentemente de sua origem, idade, habilidades ou condições. O humanismo digital busca promover a inclusão digital e reduzir a exclusão social causada pela lacuna digital.
3. **Impacto Social Positivo:** O desenvolvimento tecnológico deve levar em conta o impacto social de suas aplicações. O humanismo digital visa maximizar o impacto positivo da tecnologia na sociedade, como melhorias na educação, saúde, meio ambiente, entre outras áreas.
4. **Empoderamento do Indivíduo:** O humanismo digital enfatiza o empoderamento do indivíduo, garantindo que as pessoas tenham controle sobre a tecnologia e que ela seja uma ferramenta para melhorar suas vidas e promover sua autonomia.
5. **Responsabilidade e Transparência:** As empresas e desenvolvedores de tecnologia têm a responsabilidade de garantir a transparência em suas práticas e de assumir a responsabilidade por possíveis danos causados por suas inovações.

Trends for Business | Tendências para Negócios

10. Digital Humanism

7. Collaboration and Participation: Digital humanism values people's collaboration and participation in the development of technologies, allowing society to influence the course of technological innovation.

This approach recognizes that technology can bring numerous benefits to society, but it also brings challenges and ethical issues. Digital humanism seeks to balance technological progress with the preservation of human values and the guarantee of a more just and sustainable future for all.

Achieving digital humanism requires engaging a wide range of actors, including business, government, civil society and academia.

It is a collective effort to shape the future of technology in ways that best serve human interests and needs, ensuring a more equitable, inclusive, and people-centered society.

10. Humanismo Digital

6. Colaboração e Participação: O humanismo digital valoriza a colaboração e a participação das pessoas no desenvolvimento de tecnologias, permitindo que a sociedade influencie o rumo da inovação tecnológica.

Essa abordagem reconhece que a tecnologia pode trazer inúmeros benefícios para a sociedade, mas também traz desafios e questões éticas. O humanismo digital busca equilibrar o progresso tecnológico com a preservação dos valores humanos e a garantia de um futuro mais justo e sustentável para todos.

Para alcançar o humanismo digital, é necessário envolver uma ampla gama de atores, incluindo empresas, governos, sociedade civil e academia.

É um esforço coletivo para moldar o futuro da tecnologia de forma a melhor atender aos interesses e necessidades humanas, garantindo uma sociedade mais equitativa, inclusiva e centrada nas pessoas.

Global Trends | Tendências Globais (Tsunamis)

1. Strengthening of Digital	1. O Fortalecimento do Digital
2. Intergenerationality	2. Intergeracionalidade
3. Rethinking Economics	3. Repensar a Economia
4. Integrated Sustainability	4. Sustentabilidade Integrada
5. Disruptive Empowerment	5. Empoderamento Disruptivo

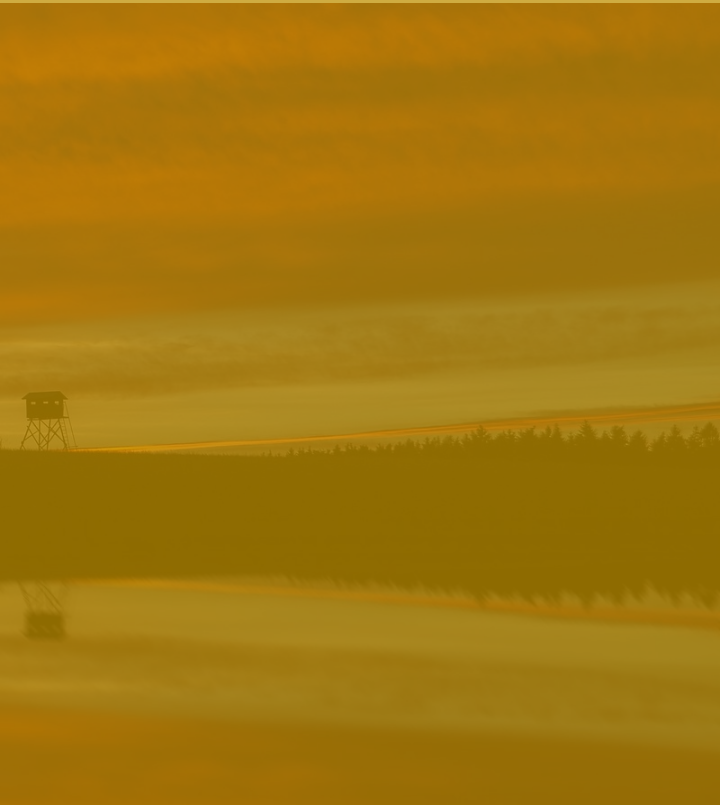
Trends for Business | Tendências para Negócios

1. The Era of Post-Taylorism	1. A Era do Pós-Taylorismo
2. Reiventing Leadership	2. Liderança Reinventada
3. Corporate Ambidexterity	3. Ambidestria Corporativa
4. The Power of Innovation (TrendsInnovation)	4. O Poder da Inovação (TrendsInnovation)
5. C-Level Advising	5. Advising para C-Level
6. Lifelong Learning	6. Educação Continuada
7. Platform and Ecosystem Business	7. Negócios de Plataforma e Ecossistema
8. Customized Governance (taylor made)	8. Governança Customizada (à medida)
9. Prospective Strategic Planning	9. Planejamento Estratégico Prospectivo
10. Digital Humanism	10. Humanismo Digital



Photo credit: [Florian Grundstein](#) on [VisualHunt.com](#)

7. Conclusions & Insights



7. Insights & Conclusões



Photo credit: [Glenn Pope](#) on [Visualhunt](#)



Photo credit: [Dejan Hudebnjak](#) on [Visualhunt](#)



7. Conclusions & Insights

In this trend report, we explore a series of contents and predictions that have the potential to significantly impact the business landscape in the coming years.

These trends cover several areas and serve to support management in understanding and anticipating the future for informed and successful decision-making in an increasingly dynamic and competitive business environment.

The importance of this content lies in its ability to guide leaders and managers towards a proactive approach, allowing them to take advantage of emerging opportunities and meet anticipated challenges. Knowing these trends allows management to be prepared to adapt quickly to changes, improve processes and strategies, and align organizational objectives with the constantly evolving expectations of customers and stakeholders.

Furthermore, by being aware of the trends that shape the future of business, management can drive innovation and competitive differentiation, gaining an advantage over its competitors.

7. Insights & Conclusões

Neste relatório de tendências, explorámos uma série conteúdos e predições que têm o potencial de impactar significativamente o cenário empresarial nos próximos anos.

Essas tendências abrangem diversas áreas e servem para apoiar a gestão a compreender e antecipar o futuro para uma tomada de decisão informada e bem-sucedida em um ambiente empresarial cada vez mais dinâmico e competitivo.

A importância deste conteúdo reside na capacidade de orientar os líderes e gestores em direção a uma abordagem proativa, permitindo que eles aproveitem as oportunidades emergentes e enfrentem os desafios previstos. O conhecimento dessas tendências permite que a gestão esteja preparada para adaptar-se rapidamente às mudanças, aprimorar processos e estratégias, e alinhar os objetivos organizacionais com as expectativas em constante evolução dos clientes e stakeholders.

Além disso, ao estar ciente das tendências que moldam o futuro dos negócios, a gestão pode impulsionar a inovação e a diferenciação competitiva, ganhando vantagem sobre seus concorrentes.

7. Conclusions & Insights

The incorporation of technologies, the development of new business models, the adoption of sustainable practices are some of the opportunities that may arise when strategically embracing these trends.

Another essential contribution of knowledge of trends is the ability to face risks with greater assertiveness. Understanding the context and its nuances are crucial for a resilient management capable of making preventive decisions that protect the organization's interests.

We consider the analysis of trends presented in this report to be an invaluable tool for management, providing them with a compass for navigating unknown and challenging seas.

Those who recognize the importance of anticipating and adapting to changes will be in a privileged position to lead their organizations towards sustainable success in an uncertain future, and, above all, prepared to face the challenges and capitalize on the opportunities that present themselves.

7. Insights & Conclusões

A incorporação de tecnologias, o desenvolvimento de novos modelos de negócios, a adoção de práticas sustentáveis são algumas das oportunidades que podem surgir ao abraçar essas tendências de forma estratégica.

Outra contribuição essencial do conhecimento das tendências é a capacidade de enfrentar riscos com maior assertividade. A compreensão do contexto e de suas nuances são cruciais para uma gestão resiliente e capaz de tomar decisões preventivas que protejam os interesses da organização.

Consideramos que a análise das tendências apresentadas neste relatório é uma ferramenta inestimável para a gestão, fornecendo-lhes uma bússola para navegar em mares desconhecidos e desafiadores.

Aqueles que reconhecem a importância de antecipar e adaptar-se às mudanças estarão em posição privilegiada para conduzir suas organizações rumo ao sucesso sustentável em um futuro incerto, e, acima de tudo, preparados para enfrentar os desafios e capitalizar as oportunidades que se apresentam.

7. Conclusions & Insights

Following its purpose of maintaining a permanent base of knowledge update to help the strategic decision, Inova makes available the results of its research on the Global Trends 4 Business free of charge.

We hope that our work continues to be a strong inspiration and a contribution for companies and their professionals to better prepare for the future and the challenges it entails. If you intend to evolve in the application of these trends in your business, contact us: contato@inovaconsulting.com.br.

An experienced, tuned, futuristic and innovative team is at your disposal.

Thank you very much.

Luis Rasquilha

luis@ecossistemainova.com

7. Insights & Conclusões

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

Desejamos que o nosso trabalho continue sendo uma forte inspiração e 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 destas tendências no seu negócio fale conosco: contato@inovaconsulting.com.br.

Uma equipe experiente, atendida, futurista e inovadora está à sua disposição.

Muito obrigado.

Luis Rasquilha

luis@ecossistemainova.com

TECHNICAL DATASHEET | GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS

INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72

CV: 9610, Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil

(11) 3075-2872 | www.inovawww.com

Coordenation: Luís Rasquilha

Font: MaxPro

Photo Credit: [Visualhunt](https://visualhunt.com)

© 2023 ALL RIGHTS RESERVED

Contact: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271 | luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OCTOBER 2023

Photo credit: [Scouse Smurf](https://scouse.smurf.com) [Visualhunt.com](https://visualhunt.com)

FICHA TÉCNICA | GLOBAL TRENDS 4 BUSINESS

INOVA CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72

CV: 9610, Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil

(11) 3075-2872 | www.inovawww.com

Coordenação: Luís Rasquilha

Tipo de Letra: MaxPro

Créditos das Imagens: [Visualhunt](https://visualhunt.com)

© 2023 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Contato: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271 | luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OUTUBRO 2023

Photo credit: [suzyhazelwood](https://suzyhazelwood.com) [Visualhunt.com](https://visualhunt.com)



Global Trends for Business | GT4B



ECOSSISTEMA INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | EDITORA

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72 CV:9610 Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil

(11) 3075-2872 | www.ecosssystemainova.com