

What's Next ☞

(Direção 2035)



ECOSISTEMA INOVA LTDA.

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

11) 3075-2872 | www.ecosistemainova.com

ECOSSISTEMA INOVA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

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

Endereço escritório: Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72 CV:9610 Bela Vista, São Paulo, SP,
CEP: 01311-930
(11) 3075-2872

Coordenação: Luís Rasquilha

Tipo de Letra: MaxPro

Photo Credit: [Visualhunt](#)

© 2024 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Contato: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271

luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OUTUBRO 2024



What's Next »

(Direção 2035)



Este documento e todo o seu conteúdo são propriedade do ECOSISTEMA INOVA LTDA.

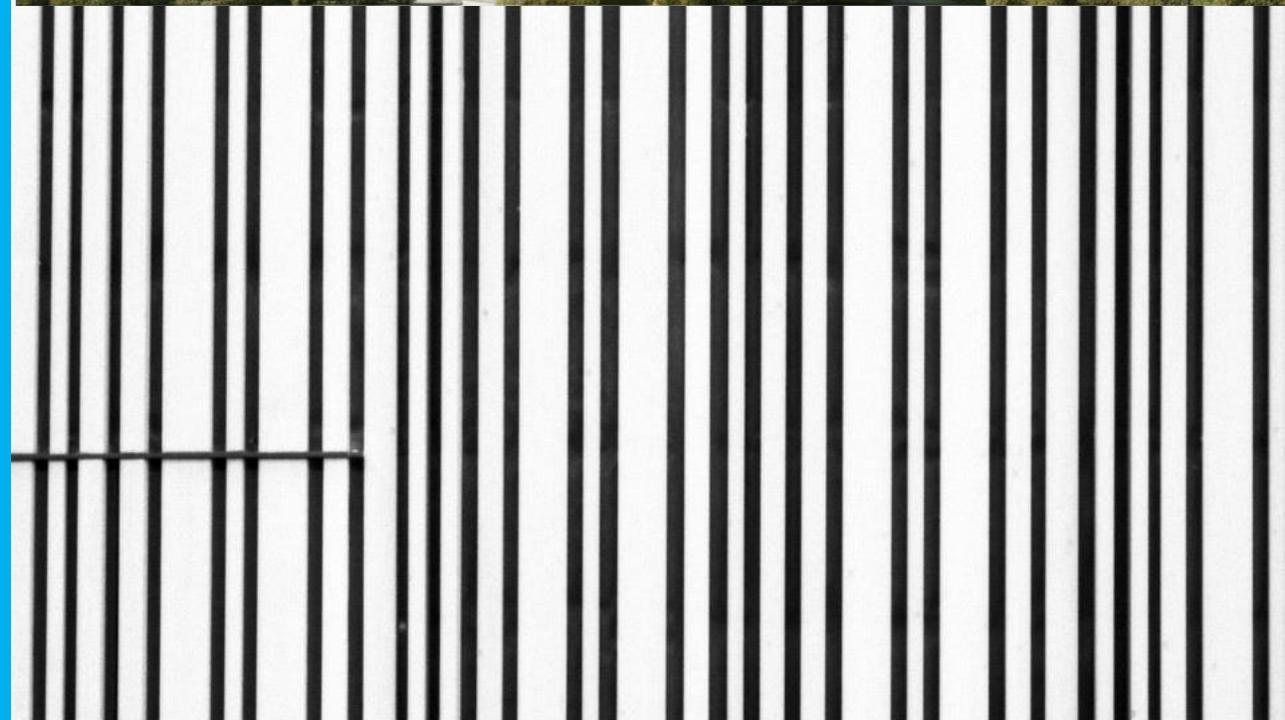
Pode ser duplicado, copiado, difundido e disseminado por todos quantos pretenderem utilizar o seu conteúdo para fins acadêmicos ou profissionais na forma que entenderem mais relevante. Solicitamos apenas a quem utilizar o todo ou partes deste documento que referenciem devidamente a fonte

ECOSSISTEMA INOVA e o nosso website www.ecossistemainova.com

1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

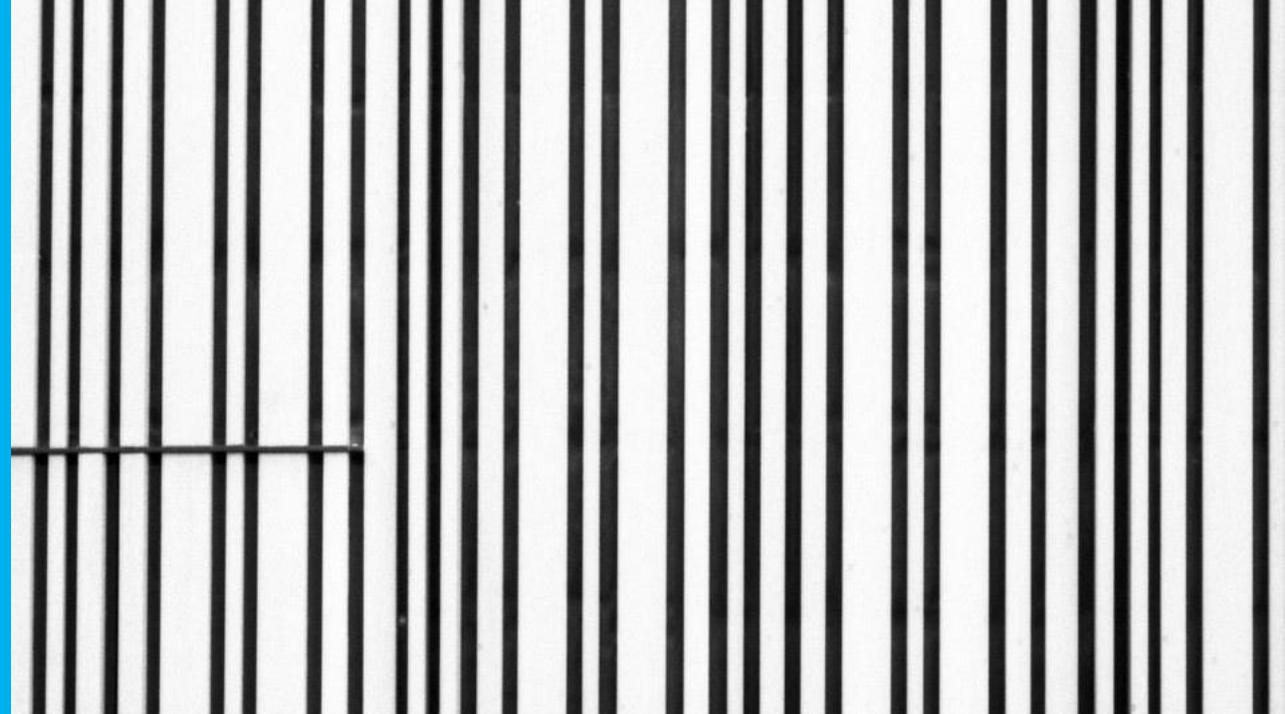
(Direção 2035)



1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



O cenário atual dos mercados e das empresas está em constante transformação, impulsionado por avanços tecnológicos, mudanças nos comportamentos dos consumidores e desafios globais. No limiar de uma nova era, é essencial que as organizações não apenas respondam às mudanças imediatas, mas também adotem uma perspectiva visionária, antecipando tendências e se preparando para um futuro repleto de incertezas e oportunidades.

O presente relatório tem como objetivo explorar as principais mudanças que estão moldando os mercados e as empresas contemporâneas e destacar a importância de uma visão estratégica orientada para o futuro. Abordaremos as várias lentes de tendências que exigem uma abordagem proativa e adaptável.

À medida que navegamos por um ambiente empresarial cada vez mais complexo e interconectado, a capacidade de prever e responder de maneira ágil às transformações será um diferencial crucial. Este relatório pretende fornecer informações valiosas e orientar as empresas na construção de estratégias robustas que não apenas assegurem a sobrevivência, mas também promovam um crescimento sustentável e resiliente no futuro. Compreender o que está por vir e se preparar para essas mudanças não é apenas uma necessidade, mas uma oportunidade para inovar, liderar e moldar o futuro dos mercados e das organizações. Convidamos você a embarcar nessa jornada com a Inova, onde analisaremos as tendências que moldarão o futuro, informação que serve de apoio à discussão, cada vez mais necessária, de como enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que a próxima década reserva.

É um prazer dividir com você o What's Next, Direção 2035 da Inova, o relatório de Tendências atualizado e que nos apresenta uma dinâmica integrada de análise considerando Forças Motrizes (também designados de Drivers), Mega Tendências, Tendências Comportamentais e Tendências de Negócio. Inicialmente lançado em 2012 tem vindo a ganhar atualizações regulares, tendo após 2018 assumindo a designação What's Next. Todos os relatórios encontram-se disponíveis para download gratuito no nosso website <https://www.inovaconsulting.com.br/downloads/>

Desejamos que continue sendo uma forte 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, atenciosa, futurista e inovadora está sempre à sua disposição.

Boa leitura.

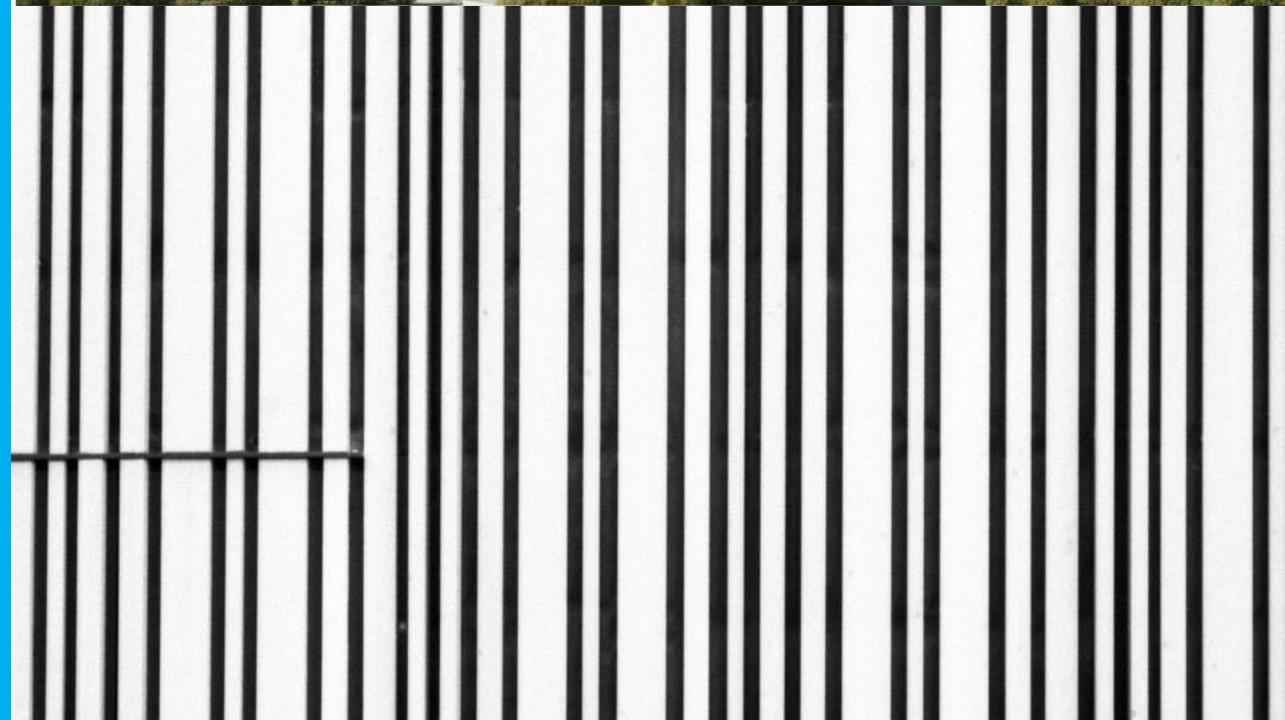
Luis Rasquilha (Luis@ecossistemainova.com)



1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. <u>SOBRE O ECOSSISTEMA INOVA</u>	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



Desde 2008

ECOSSISTEMA INOVA



TRENDSINNOVATION



Inovação e Estratégia com a lente das tendências



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.

NOSSO PROPÓSITO

Transformar a gestão, garantindo crescimento e longevidade.

NOSSOS VALORES

Desafiar o óbvio: quebramos regras, redefinimos crenças e desafiamos premissas.

Atualização constante: procuramos constantemente o estado da arte em termos de conceitos, competências, ferramentas e melhores práticas.

Inteligência coletiva: incentivamos e praticamos o poder do coletivo e da colaboração.

Compromisso: entregamos com excelência valor que incrementa a rota dos negócios, respeitando regras, leis e procedimentos.

Foco do cliente: entendemos as dores, os problemas e os desafios pela lente que o nosso cliente usa, tratando cada projeto como único.





- Drivers de Mudança
- Estudos Prospectivos
- Mapping de Cenários
- Estudos de Tendências
- Foresight de Negócio
- Best Practices
- Benchmarks
- Trend Tracking
- Coolhunting

- Gestão da Inovação
- TrendsInnovation
- Cultura de inovação
- Inovação disruptiva

- Inovação aberta
- Conexão com Start-ups
- Corporate Venture Capital
- Corporate Venture Building

Programas Executivos:

- MBA Executivo TrendsInnovation
- Pós MBA TrendsInnovation
- Governança TrendsInnovation em Empresas Familiares
- Programa de Ambidestria Corporativa
- Programa de Certificação de Conselheiros | Board Members
- Programa de Certificação de Advisors | PCA
- HIO | Certificação Hole in One
- Masters & Nanodegrees
- Palestras & Seminários
- Mentoring

- Cursos Assíncronos
- Cursos Híbridos
- Plataforma Aberta

- Livros POD

- Congressos
- Eventos
- Conteúdos

- Estudos
- Networking
- Missões

- Planejamento Estratégico Prospectivo (SBB)
- Business Strategy
- Strategy Audit
- Transformação Digital
- Full Agile
- Business Pulse
- Ambidestria Corporativa
- Lid360

- Advisor por Projeto;
- Advisor por Stakeholder
(do Board, do C-Level, dos Acionistas)
- Programa de Certificação de Advisors

- Network
- Lifelong Learning



ECOSSISTEMA INOVA

INOVA
BUSINESS SCHOOL

INOVA
ONLINE

INOVA
CONSULTING

GLOBAL TRENDS RESEARCH

INOVA PUBLISHING

N.O.M.A.
NETWORK OF MANAGEMENT ADVISORS

STRATEGY

**educadores
inovadores**

CONSELHEIROS
TrendsInnovation

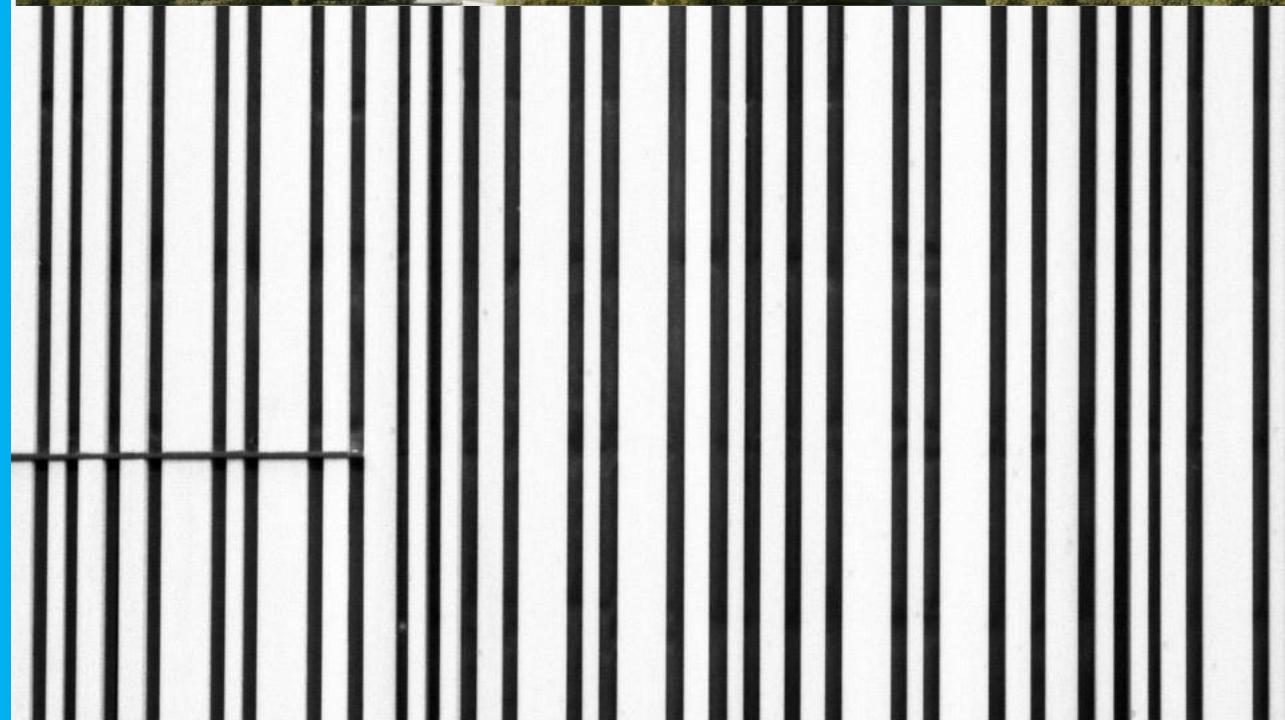
- 9 Unidades de Negócio;
- Top 3 Mundial em Research de Cenários e Tendências;
- Consultoria em Gestão da Inovação e Estratégia de Negócio;
- Formação Executiva – presencial e online;
- Advisors em 25 especialidades e 18 setores;
- Unidades: Digital, São Paulo, Brasil e Quinta do Lago, Algarve, Portugal.

www.ecossistemainova.com

1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. <u>INTRODUÇÃO TEÓRICA</u>	<u>11</u>
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



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

#2 BEHAVIORAL TRENDS | TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): processos de mudança que resultam da observação do comportamento dos consumidores e que origina a criação e o desenvolvimento de novas ideias: de negócio, de produto ou serviço, de marca ou de ação.

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

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

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

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



#1 MEGATRENDS |

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

#1

#2 BEHAVIORAL TRENDS |

TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): processos de mudança que resultam da observação do comportamento dos consumidores e que origina a criação e o desenvolvimento de novas ideias: de negócio, de produto ou serviço, de marca ou de ação.

#2

#3 BUSINESS TRENDS |

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

#3

#4 EMERGING TRENDS |

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

#4

#4.1 SPECIFIC TRENDS |

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

#5

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



2. Metodologias de Pesquisa em Tendências

Prospectiva e Foresight:

Prospectiva:

A prospectiva refere-se ao estudo das causas técnicas, científicas, econômicas e sociais que aceleram a evolução do mundo moderno, permitindo realizar a previsão das situações que poderiam derivar das suas influências conjugadas. Prospectiva é assim um adjetivo que menciona o que está sendo vinculado ao futuro.

Prospectiva está intimamente ligada com Futurismo visando tornar claro o entendimento e a compreensão do futuro, permitindo atuar sobre ele. Antecipa eventuais cenários que estarão chegando, tentando ajustar o planejamento e a atuação das empresas à realidade que irá ocorrer.

É importante ter em conta que dentro do que se entende como prospectiva e futurismo surgem ciências e disciplinas diversas, algumas utilizando métodos estatísticos e outras recorrendo a métodos mais empíricos. De forma geral podemos afirmar que a prospectiva embora não ofereça certezas, reduz a margem de erro em relação ao futuro. Como ciência do futuro, a prospectiva foca na importância da visão estratégica que deve orientar toda a empresa a olhar para a frente.

De todas as definições existentes, todas se referem à importância de estudar de forma sistemática os horizontes temporais (que oscilam entre 5 e 30 anos) com o objetivo de construir um entendimento sobre as alterações que estão chegando e de como as empresas deverão se preparar para as enfrentar.

A atitude prospectiva suporta-se na adoção de métodos que ajudem os profissionais a entender mais do futuro. Existem quatro grandes métodos prospectivos:

- 1. Os mais usados são os designados por Métodos de Experts, que não é mais do que a construção de um painel de especialistas (empreendedores, professores, jornalistas, sociólogos, economistas, teólogos, filósofos, designers, artistas, etc.) que regularmente são consultados e ouvidos pela empresa, relativamente a um determinado tema. Também são muitas vezes designados de Luminares, especialistas em determinado assunto, que apoiam a tomada de decisão empresarial através das suas visões e perspetivas face a determinado projeto, tema ou problema e que normalmente são pessoas reconhecidas como líderes em seu métier. As empresas, dependendo da sua cultura, adotam reuniões ou encontros regulares com estes especialistas a fim de recolher suas opiniões, tratá-las internamente e disponibilizá-las sob a forma de relatórios para os seus departamentos de pesquisa, marketing, estratégia ou inovação;*
- 2. O Future Forecast Timeline é um método de previsão, assente em timelines temporais sobre determinado tema, numa linha temporal que pode ir de 5 a 50 anos, construído com base na compilação e tratamento de informação académica, científica, jornalística, governamental e empresarial relativa ao futuro – novos produtos, serviços, testes, drivers, etc. As timelines temporais são suportadas nas Megatendências que influenciarão a sociedade nos próximos anos (dependendo da linha temporal definida) e reúnem as chamadas Predições (afirmações convictas sobre o que vai acontecer no futuro).*
- 3. Os Trendstudies são pesquisas regulares sobre tendências que permitem acompanhar, durante determinado período, as mudanças face a um tema, criando as bases de construção dos insights de negócio. Este método, resultante da metodologia de CoolHunting, inicialmente focava apenas em Tendências Comportamentais tendo alargado o seu âmbito de análise na última década, incluindo além das Tendências Comportamentais, as Megatendências, as Tendências de Negócio, as Tendências Emergentes e as Tendências Específicas;*

4. *O método de Futurology & Ideation é o mais complexo de todos, uma vez que necessita de todos os anteriores para poder ter resultados. Ele pega no conhecimento gerado e constrói propostas de solução disruptivas e incrementais face à realidade existente, através de mapas mentais que desconsideram o passado e o presente e se focam essencialmente no futuro.*

A prospectiva é assim uma atitude, um estado de espírito e uma prática regular de olhar o futuro, interpretar os seus sinais e articular em insights de negócio as oportunidades identificadas. Como cultura empresarial a prospectiva tem tido um aliado de peso em sua afirmação crescente. Não chega ter clara a definição do conceito, conhecer os métodos ou estruturar a empresa sem o domínio da metodologia de aplicação da prospectiva – o foresight. Ou seja, o foresight é a aplicação da prospectiva, como o estudo das causas técnicas, científicas, econômicas e sociais que aceleram a evolução do mundo moderno, permitindo realizar a previsão das situações que poderiam derivar das suas influências conjugada. O foresight é a prospectiva na prática.

Foresight:

Foresight é um processo sistemático para ver o futuro a longo prazo em termos de ciência, tecnologia, economia, meio ambiente e sociedade, identificando os movimentos genéricos emergentes e as áreas estratégicas de pesquisa, prováveis para o campo empresarial e social. Enquanto a prospectiva é estudo das causas o foresight é o processo de aplicação dessas causas, na prática. Daí que normalmente nos referimos à atitude e prática de mapear o futuro como prospectiva e foresight.

Princípios de foresight:

- *Trabalha sobre horizontes temporais de longo prazo (rupturas e discontinuidades);*
- *Trabalha e organiza de forma eficaz uma grande variedade de informação, oriunda de diferentes fontes;*
- *Disciplina e estrutura a criatividade e a imaginação (trabalha em simultâneo a criatividade e a lógica);*
- *Foca na estrutura do futuro (mudanças + processos + atores + emergências);*
- *Tem a incerteza como matéria-prima ("futuros alternativos" e suas implicações para a ação);*
- *Considera a antecipação ao serviço da ação/decisão através da mobilização, apropriação e participação.*

O foresight é o conceito que representa um conjunto de técnicas e práticas de descoberta, mapeamento, classificação e seleção de tendências, que têm o potencial de vir a moldar o futuro, criando novos padrões para tecnologias, produtos, processos, conhecimentos, comportamentos e hábitos sociais.

Devendo ser uma prática regular na empresa, assume a necessidade de construção de redes e agentes de conhecimento, construindo streams de conhecimento sistémico e holístico (conhecimento transversal na empresa, permanentemente criado, alimentado e atualizado, que possibilita o entendimento, em tempo real, das mudanças existentes, preparando todos ao mesmo nível para atuar de acordo com as necessidades identificadas na empresa pelo sistema).

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.

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 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.

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.

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.

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.*
 - *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.*

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.

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.

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).

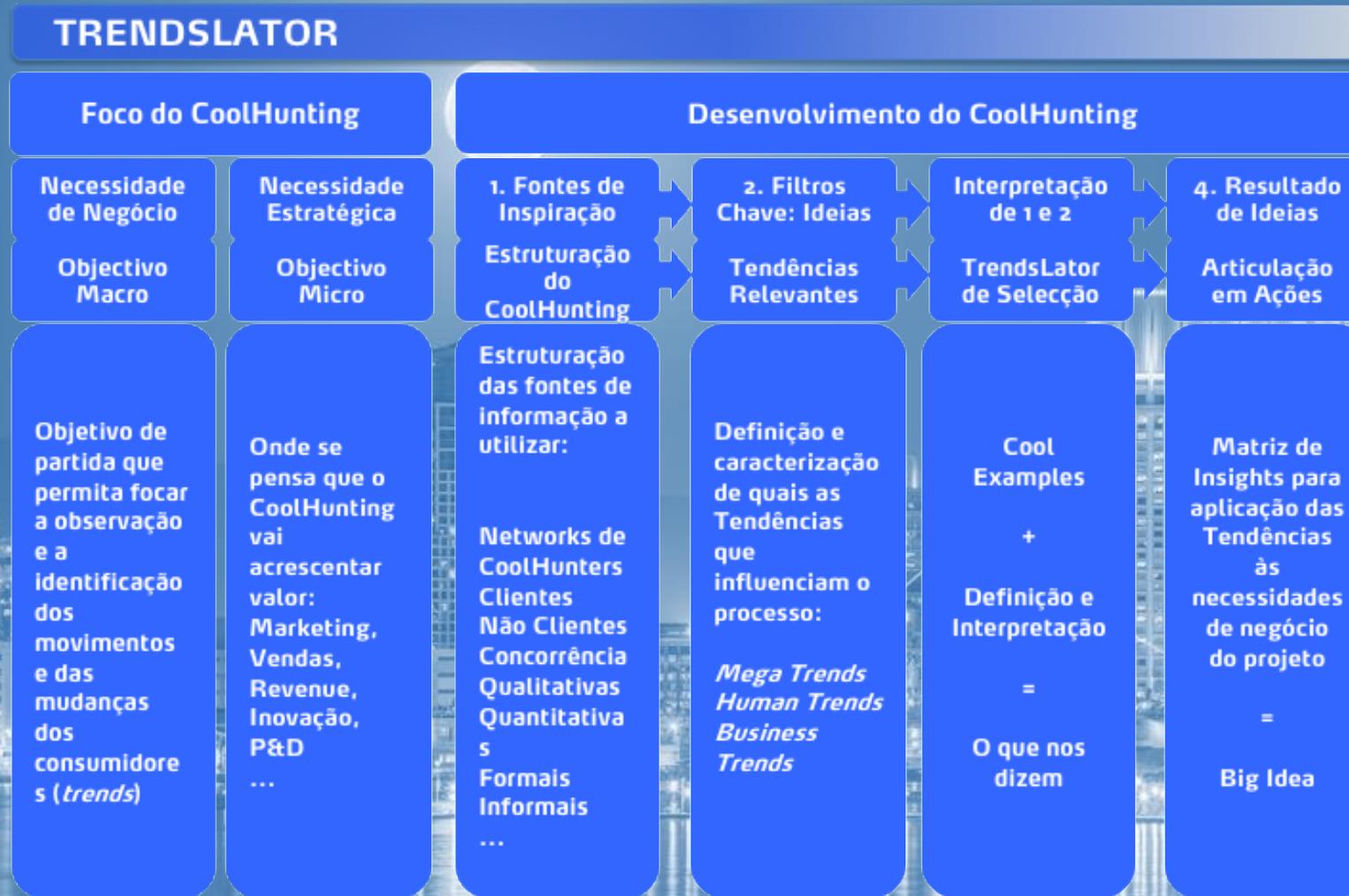
Quem trabalha com estatística ou venda, terá de se focar mais em pessoas individuais. Quem trabalha com pesquisa de mercado tradicional, terá de focar mais no futuro, sendo que já deverá possuir um enfoque nas pessoas individuais. Os CoolHunters são focados no futuro mas deverão ser mais sistemáticos. 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.

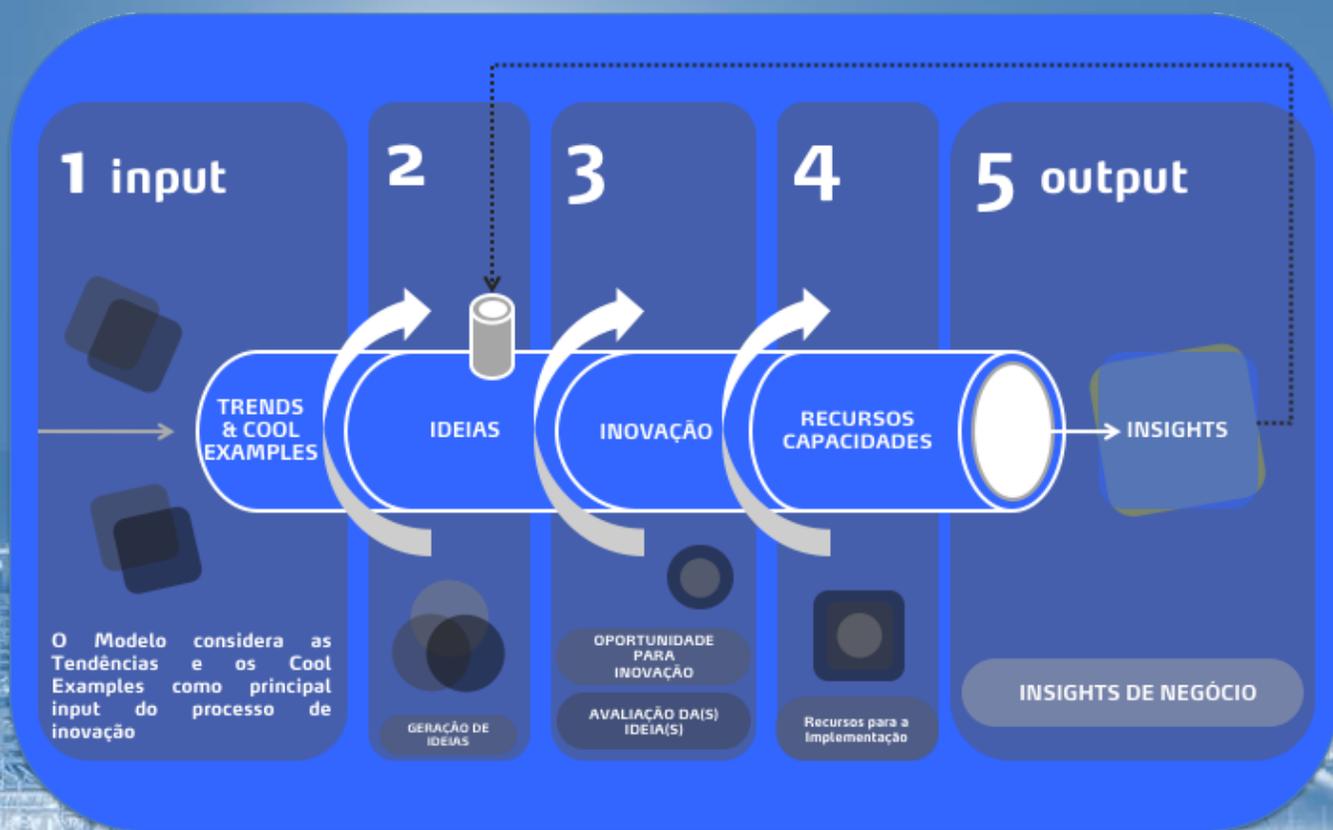
O que diferencia a pesquisa de mercado e a pesquisa de Tendências é o focus – os primeiros questionam “porque é que os consumidores estão fazendo isso” enquanto os segundos, embora perguntem o mesmo, ainda se questionam “o que farão depois?”. O sucesso está também no treino que se tiver de pensar sobre 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.



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.



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.

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.

#1 MEGATRENDS |

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

#3 BUSINESS TRENDS |

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

#5

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

#1

#2 BEHAVIORAL TRENDS |

TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): processos de mudança que resultam da observação do comportamento dos consumidores e que origina a criação e o desenvolvimento de novas ideias: de negócio, de produto ou serviço, de marca ou de ação.

#3

#4 EMERGING TRENDS |

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

#4

#4.1 SPECIFIC TRENDS |

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



Explicada a visão teórica do significado e forma de mapear as Tendências, o próximo capítulo apresenta a atualização do mapa de Tendências What's Next ,Direção 2035.

É uma visão global, convicta e suportada pela experiência da Inova e dos seus parceiros, atuando com o tema e, que tem como principal objetivo gerar a reflexão sobre a relevância empresarial e a necessidade de readaptar a cultura das empresas e a forma de atuar nos mercados para um novo mundo que já é presente.

Ao ler as próximas páginas encontrará certamente informações que já conhece, que já utiliza, outras que serão novidade e outras que poderão sugerir alguma ficção. Permita-se a avaliação em “folha branca” de tudo o que verá e questione o quanto conhece, já utiliza e domina o conteúdo agora apresentado.

Com a volatilidade e velocidade do mundo com certeza quando terminar a leitura este documento já estará desatualizado devido à elevada velocidade da transformação.

Talvez seja já necessária uma edição revista e atualizada deste conhecimento.

Até lá aproveite tudo o que as Tendências lhe podem oferecer do ponto de vista de curiosidade intelectual, preparo estratégico e aplicabilidade empresarial e prepara-se para uma década verdadeiramente transformadora.

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 2.000 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 e da Strategy, 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 300 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. 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.

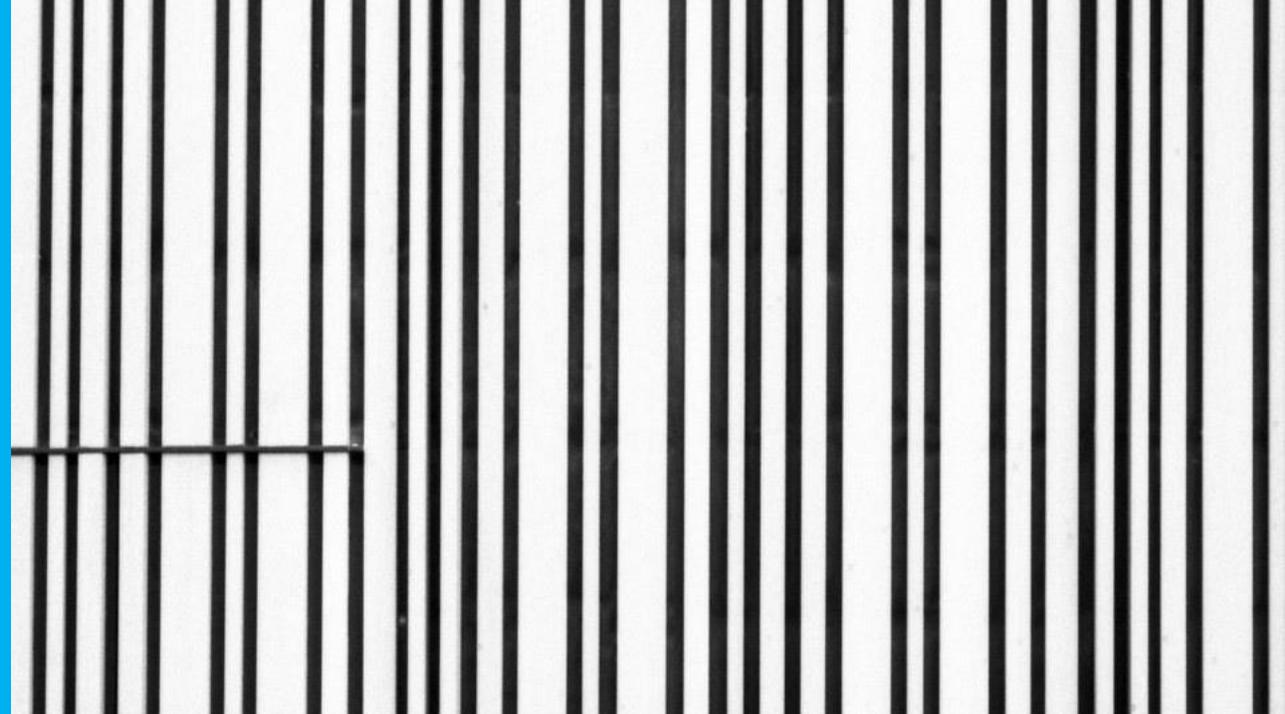
Coletando e tratando todo este conteúdo foi possível produzir este resultado. O agradecimento a todos que pela sua contribuição a este projeto ajudaram a desvendar um pouco mais sobre o futuro.



1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. <u>WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035</u>	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



O Relatório What's Next, Direção 2035 é o guia do Ecosistema Inova para apoiar a visão estratégica dos negócios e a decisão das empresas, suportada pela visão do futuro. A sua atualização é feita normalmente a cada 3 anos como forma de manter uma lente permanentemente atualizada sobre o mundo e sobre os negócios.

A estruturação deste relatório considera uma visão ampla e global da realidade atual e da perspectiva futura considerando:

1. 6 forças motrizes, que influenciam a realidade e direcionam as tendências;
2. O tripé de tendências (18 mega tendências, 30 tendências comportamentais e tendências de negócio) influenciadoras do futuro;

Veja seguidamente o Relatório What's Next, Direção 2035 e nas páginas subsequentes o detalhe de cada tema e tendência.

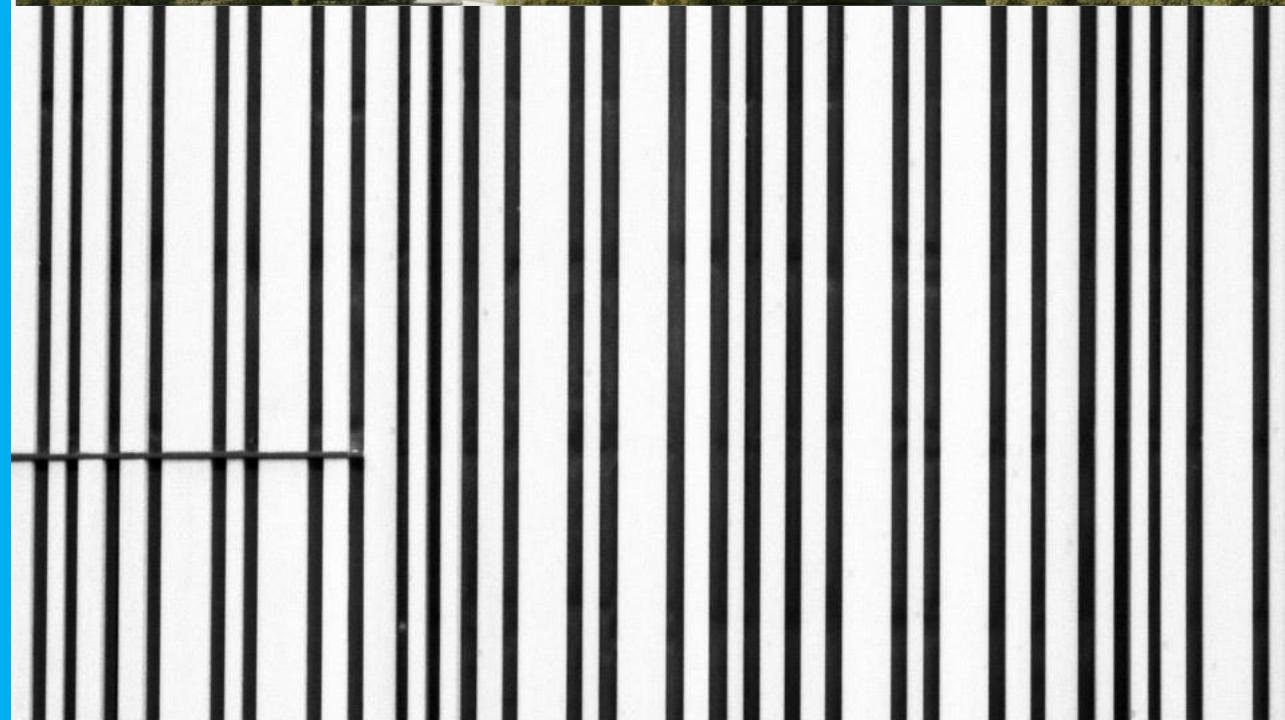
What's Next, Direção 2035



1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. <u>As 6 FORÇAS MOTRIZES</u>	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



What's Next, Direção 2035



What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers1. Tecnologia & Conectividade

As evoluções em Tecnologia e Conectividade já traziam amplos benefícios para o dia-a-dia das pessoas de diferentes formas. O contexto atual de mudança tem acelerado o papel fundamental da tecnologia e da conectividade para que todos continuem as suas rotinas pessoais e profissionais da melhor forma possível.

2. Ambiente & Clima

Assistimos a diversas empresas de diferentes segmentos se adaptarem rapidamente para possibilitar, por exemplo, alternativas de trabalho remoto, equilibrando a entrega com a saúde de seus funcionários e familiares.

3. Política & Economia

Automação, robótica e Inteligência artificial já estão mudando a natureza e o número dos trabalhos disponíveis e alterando as oportunidades que se apresentam no presente e no futuro. A tecnologia tem o poder de melhorar a qualidade de vida, aumentar a produtividade, a expectativa de vida e libertar as pessoas para se focarem em funções não operacionais. Mas este fenômeno também traz as ameaças ao nível social, político e econômico caso não se atinja o equilíbrio nestas mudanças.

4. Social & Humano

Indiscutivelmente esta é a maior força direcionadora do presente e do futuro dos negócios e do comportamento humano.

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

As condições climáticas estão agora mais na pauta do que nunca: a subida do nível da água do mar, as secas e as inundações, o aquecimento e arrefecimento globais, a poluição atmosférica, as alterações climáticas em geral levam à transformação dos nossos ecossistemas e do nosso planeta. Isso afeta o desenvolvimento, a saúde, a produção e utilização dos recursos naturais e um conjunto amplo de impactos talvez ainda não total e devidamente mapeados.

As alterações climáticas podem (se nada for feito) potencialmente acelerar catástrofes humanitárias, potenciar conflitos e tornar partes do planeta inabitáveis. É essencial que todos contribuam para a prevenção. A prevenção poupa vidas e valores, reduzindo a necessidade de apoio humanitário quando uma catástrofe ocorre e apresenta-se como algo crescente na agenda da sociedade civil, que aumenta a sua pressão sobre líderes (políticos e empresariais) na exigência de ações concretas para reduzir as suas consequências e impactos.

A demanda por energia e água deve aumentar em 50% e 40% respetivamente até 2030. Novos trabalhos em energias alternativas, engenharia de processos, design de produtos e gestão de desperdícios serão necessários para gerenciar e reutilizar os resíduos para lidar com essas necessidades. As indústrias tradicionais de energia e os milhões de pessoas empregadas por elas sofrerão uma rápida reestruturação.

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

O impacto da pandemia revelou-se intenso no tema da política e não foram menos pesadas as consequências na área socioeconômica: mudanças no trabalho, na produção, no consumo e na própria forma de se conviver em sociedade. Assistimos aos impactos no circuito global de produção e circulação de todo tipo de bem, afetando o fluxo do comércio internacional e a gestão da cadeia de suprimentos. Governos enfrentam desafios crescentes no que tange ao aumento do desemprego e à queda na renda disponível. Até 2030, a ONU projeta que 4,9 bilhões de pessoas serão urbanas e até 2050 a população urbana do mundo aumentará 72%. Hoje a maioria das grandes cidades já têm crescimentos superiores a uma grande parte dos países médios. Neste novo mundo as cidades serão importantes agentes de criação de outros/novos empregos.

Fruto da maior conscientização das pessoas sobre a sua real influência na sociedade e no mundo, a atenção tem-se virado também para a atuação política com efetiva busca por mudança nos sistemas políticos e econômicos vigentes, um pouco pelo Mundo. As nações em rápido desenvolvimento, particularmente aquelas com uma grande população em idade ativa, que adotarem um espírito de negócios, conseguirem atrair investimentos e melhorarem a sua educação são as que terão mais sucesso. A erosão da classe média, disparidade de riqueza e perda de empregos devido à automação em larga escala poderá aumentar o risco de agitação social nos países (mais) desenvolvidos.

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

Temos mais gente no mundo, durando mais tempo com impactos gigantes na transformação da sociedade e dos negócios. Com algumas exceções regionais a população está envelhecendo, colocando pressão nos negócios, instituições e na própria economia.

A expectativa de vida vai afetar modelos de negócio, ambições e custos de pensão. Trabalhadores mais velhos precisarão de novas competências para trabalharem mais tempo (*Upskilling Digital* domina). *Lifelong Learning* será a norma. A falta de mão-de-obra humana em várias economias em rápido envelhecimento impulsionará a necessidade de aprimoramentos de automação e de produtividade.

E em simultâneo a situação que o mundo viveu, de isolamento, conjugada com a crescente consciência social trouxe à tona um maior humanismo e solidariedade com o próximo. Um dos legados desta década será a maior consciência e maior preocupação com o outro, dando sentido à expressão: o futuro do ser humano é ser humano.

O papel de cada um de nós e a obrigação também só aumenta daqui para a frente na busca de um mundo melhor.

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

Dois pilares fundamentais para o desenvolvimento humano e para a sustentabilidade das sociedades. No contexto atual, a importância destes elementos se amplifica, pois uma população saudável é crucial para a inovação, produtividade e resiliência. Investimentos em saúde preventiva, acesso a cuidados médicos de qualidade, e promoção de estilos de vida saudáveis podem reduzir a incidência de doenças crônicas, melhorar a qualidade de vida e aumentar a expectativa de vida.

O bem-estar, que abrange aspectos físicos, mentais e sociais, é igualmente vital. Um estado de bem-estar elevado contribui para a satisfação pessoal, relações sociais harmoniosas e um ambiente de trabalho mais eficiente e criativo. À medida que o mundo enfrenta desafios como o envelhecimento da população, mudanças climáticas e pandemias, a ênfase em políticas de saúde integradas e na promoção do bem-estar se torna essencial para garantir um futuro sustentável e próspero.

Incorporar essas prioridades em políticas públicas e práticas corporativas não apenas atende às necessidades imediatas da população, mas também constrói uma base sólida para enfrentar os desafios futuros, promovendo uma sociedade mais justa, equilibrada e resiliente.

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

A gestão das empresas tem sido, até hoje, influenciada pelos princípios de gestão criados na 2ª Revolução Industrial, princípios esses baseados na produção em massa, que se alcançava graças ao conceito de divisão de tarefas e ao uso da energia elétrica. Desde essa altura que as regras de funcionamento das empresas (com os normais ajustes) não sofreram grandes questionamentos nem alterações significativas mantendo-se fiel aos princípios de Taylor, Fayol e Ford. Por dois séculos, a gestão tem sido baseada na hierarquia de decisões e funções, com elevado foco na cadeia de valor e atenção máxima ao produto, numa clara visão construída “de dentro para fora”. Apesar das diferentes mudanças que o mundo tem vivido, nomeadamente no início do Séc. XXI, as empresas têm resistido a alterar o seu modo de atuar e de pensar. Modelos mentais engessados no passado e crenças culturais do século passado têm bloqueado a evolução e a transformação dos negócios, condenando empresas um pouco pelo mundo.

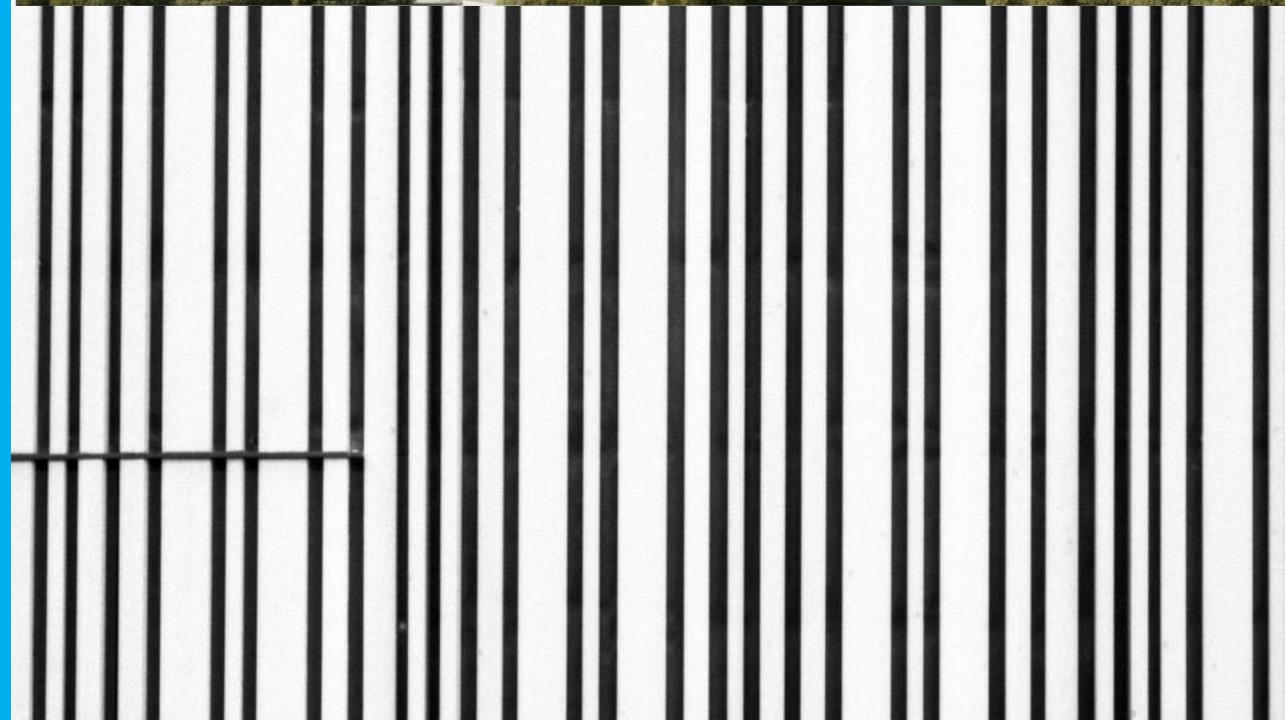
A educação é um dos meios mais importantes para o desenvolvimento de uma sociedade. Por meio da educação, produz-se conhecimento e, assim, todas as esferas de um país desenvolvem-se. A educação vai além da educação formal nas escolas, abrangendo também os âmbitos familiar e social. E no contexto de elevada transformação a necessidade de uma educação continuada e atualizada é um dos pilares importantes (se não o mais importante) na evolução da sociedade e dos negócios.

Fruto de um contexto em transformação, os modelos de gestão e consequentemente os negócios e as empresas têm sido envolvidas numa nova realidade de acelerada mudança em todos os níveis.

1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. <u>As 18 MEGA TENDÊNCIAS</u>	<u>41</u>
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



#1 MEGATRENDS |

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

What's Next, Direção 2035

78 Tendências

Forças Motrizes |
Drivers

1. Tecnologia & Conectividade

2. Ambiente & Clima

3. Política & Economia

4. Social & Humano

5. Saúde & Bem Estar

6. Educação, Empresas & Negócios

Mega Tendências

1. Mundo 5.0
2. Tech Disruption
3. Digital Global

1. Alterações Climáticas
2. Sustentabilidade Integrada
3. Novos Recursos

1. Polarização
2. Força e Poder da Sociedade
3. Rethinking Economics

1. Envelhecimento e Explosão Demográfica
2. Empowerment
3. Transparência e Redução das Desigualdades

1. Biohacking
2. Mudança Globais na Saúde
3. Caregiving

1. Pós-Taylorismo
2. TrendsInnovation
3. Full Agile

1. Tecnologia & Conectividade

1. Mundo 5.0
2. Tech Disruption
3. Digital Global



1. Mundo 5.0: Referindo-se à evolução de *Tech4Business* para *Tech4People*, o Mundo 5.0 representa uma evolução além do paradigma do Mundo 4.0. Enquanto o Mundo 4.0 se concentrou principalmente na automação e na eficiência, o Mundo 5.0 propõe uma abordagem mais holística, onde a tecnologia é usada não apenas para aumentar a produtividade, mas também para promover o bem-estar humano, a sustentabilidade e a inclusão social. "Mundo 5.0" é um termo mais recente que tem sido usado para descrever uma visão de futuro em que a tecnologia é usada de forma integrada para promover o bem-estar humano, a sustentabilidade e a prosperidade global

2. Tech Disruption: *Tech Disruption* (**disrupção tecnológica**) ocorre quando uma nova tecnologia ou inovação muda radicalmente a forma como um setor ou mercado funciona, muitas vezes substituindo ou transformando métodos antigos e estabelecidos. Isso pode levar a grandes mudanças no comportamento dos consumidores, nas operações das empresas e na economia como um todo. Dos exemplos clássicos de *spotify*, *uber* ou *airbnb* que adotando soluções tecnológicas disruptivas até à massificação da IA Generativa. A tecnologia tem disruptdo tudo e vai continuando na sua jornada de transformar indústrias inteiras, alterando o comportamento dos consumidores e forçando empresas tradicionais a inovar para sobreviver. Diariamente temos sido confrontados com novas soluções tecnológicas que alteram, radicalmente o contexto. E estamos só no começo.

3. Digital Global: Com o crescimento e massificação da conectividade, iniciada em 2007 com o fenômeno iPhone, digital global refere-se à interconexão e troca de informações em escala mundial por meio de tecnologias digitais, como internet e dispositivos móveis. Significa que as pessoas, empresas e dados estão conectados e interagem globalmente através de plataformas digitais de forma ininterrupta. Com uma previsão de atingir 100% da população conectada até 2035, quem não estiver conectado e, principalmente, quem não entender a convergência tecnológica estará irremediavelmente fora do jogo.

2. Ambiente & Clima

1. Alterações Climáticas
2. Sustentabilidade Integrada
3. Novos Recursos



1. Alterações Climáticas: A preocupação com as mudanças climáticas e com a questão sustentável tem crescido e mobilizado cada vez mais pessoas em torno do tema. É um fato que o planeta está vivendo (muito pela culpa da intervenção humana) uma mudança climática sem precedentes com impactos enormes nos recursos naturais e na qualidade ambiental. A consciência sobre o ambiente é cada vez maior e tende a assumir mais importância nas agendas das pessoas, empresas e governos mobilizando todos para um movimento comum de maior sustentabilidade, maior consciência e ação. Quem não considerar em suas estratégias este tema será afastado, não só pelos governos e pelas mais apertadas leis mas, principalmente, pelos consumidores que não terão problema em descartar uma marca que não se comprometa com práticas mais sustentáveis e amigas do ambiente e que não defenda a mobilização de todos à sua volta, na busca de um planeta melhor para todos.

2. 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 reconhece que os três pilares ambiental, social e (econômico) estão interligados e, portanto, requerem uma abordagem abrangente e colaborativa para resolver problemas complexos.

3. Novos Recursos: Estamos chegando no fim da era dos combustíveis fósseis como pilar estratégico do mundo e assistindo ao emergir de novas iniciativas que visam proteger o planeta de poluição, otimizar os custos de produção para os usuários, melhorar a performance de empresas e mercados bem como acomodar as transformações na nossa realidade atual e futura. Com o aumento populacional, a chegada dos autônomos e a crescente conectividade aumenta a demanda global por recursos (energéticos, naturais, humanos, tecnológicos e financeiros) e com isso a necessária procura de novas soluções que consigam responder ao que o mercado vai necessitar. A velocidade exponencial levará à busca por recursos de forma intensiva considerando, por exemplo, desde dessalinização da água do mar até à utilização de matérias primas vindas de outros planetas, a novas formas de financiamento empresarial e novas competências profissionais.

3. Política & Economia

1. Polarização
2. Força e Poder da Sociedade
3. Rethinking Economics



1. Polarização: O mundo enfrenta uma divisão crescente de opiniões, interesses e valores entre grupos diferentes, resultando em conflitos e tensões locais e globais. Essa polarização pode ocorrer em várias esferas da sociedade sendo a polarização política talvez a mais visível no momento, mas não sendo a única. Polarizações religiosas, sociais, econômicas, midiáticas, tecnológicas e até mesmo digitais e online mostram como a polarização pode manifestar-se de diferentes maneiras, impactando a coesão social, a capacidade de resolver problemas de forma colaborativa e mesmo o relacionamento entre pessoas e organizações.

2. Força e Poder da Sociedade: A força da sociedade conectada e globalizada continua assumindo o seu papel de influenciadora e transformadora do mundo, ultrapassando a tradicional atuação das marcas no esforço de se promoverem através dos chamados canais tradicionais. A avaliação de um hotel no *tripadvisor*, por exemplo, tem muito mais credibilidade do que a comunicação do hotel em si, uma vez que essa nota resulta da opinião de quem já frequentou esse hotel. Da mesma forma, a avaliação que um motorista do *uber* apresenta transmite maior ou menor segurança a quem irá utilizar os seus serviços posteriormente. Por outro lado, a forma como todos em todo o lugar acedem à informação potencia uma escala verdadeiramente global de tudo o que acontece, assistindo-se a um movimento de globalização digital, profundamente transformador da sociedade em que vivemos.

3. Rethinking Economics: 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 se iniciaram discussões sobre a importância 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, abrindo portas para a busca de modelos económicos mais sustentáveis e inclusivos, que estejam alinhados com as necessidades das pessoas e do planeta.

4. Social & Humano

1. Envelhecimento e Explosão Demográfica
2. Empowerment
3. Transparência e Redução das Desigualdades



1. Envelhecimento e Explosão Demográfica: A expectativa de vida tem aumentado de forma permanente, registrando hoje um aumento de 3 meses de vida para cada ano. Nos próximos anos, a expectativa de vida aumentará mais de 1 ano por ano. Isto significa que chegaremos à marca de 120/130 anos de expectativa de vida na próxima década. Tendo o planeta atingido já a marca de 8 bilhões de pessoas e caminhando para chegar potencialmente a 9 bilhões até 2035, estamos enfrentando uma realidade de termos mais gente, durando mais tempo e com isso criando novas realidades de coexistência entre as várias gerações. É hoje normal encontrar em uma mesma empresa pessoas das várias gerações (baby boomers, x, y e já a z também). Isso abre inúmeras oportunidades e demonstra a evolução que a humanidade está vivendo.

2. Empowerment: Em uma tradução livre, 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. Empoderar as pessoas e os grupos implica capacitar todos de formas inovadoras, desafiando as normas existentes e quebrando paradigmas que podem estar limitando as suas oportunidades e potencial. Devidamente utilizado é uma força positiva que beneficia a sociedade como um todo e promove o desenvolvimento sustentável e inclusivo.

3. Maior Transparência e Redução das Desigualdades: O fenômeno da digitalização e da conectividade tem dado uma preciosa contribuição para conscientizar o mundo sobre muitas coisas que antigamente não sabíamos que existiam, ou se sabíamos não tínhamos como provar. Principalmente sobre ameaças à humanidade e desigualdades de todos os níveis. A designada 4ª Revolução Industrial tem o potencial de tornar as desigualdades visíveis e com isso forçar governos, instituições, personalidades e a própria sociedade a atuar para a sua redução. Nunca como agora a pressão social sobre governos e personalidades pela via da digitalização (redes sociais, grupos de WhatsApp e demais ferramentas de conexão) teve tanta força e impacto na mobilização e atuação efetiva para reduzir desigualdades. Assistiremos a um crescimento exponencial da busca pela transparência (nos negócios, nas políticas, nas relações) e uma maior mobilização pelo impacto social de cada um para um mundo melhor.

5. Saúde & Bem Estar

1. Biohacking
2. Mudança Globais na Saúde
3. Caregiving



1. Biohacking: Refere-se ao uso de técnicas e ferramentas para modificar ou otimizar o funcionamento do corpo e da mente, geralmente fora dos métodos tradicionais da medicina. Envolve a experimentação com biologia e tecnologia para melhorar a saúde, o desempenho e o bem-estar. Pode ser usada em Suplementação personalizada (uso de vitaminas, minerais e outros suplementos para melhorar a saúde ou a função cognitiva com base em testes genéticos ou de desempenho); Dieta e nutrição (adaptação de dietas específicas, como a dieta cetogênica ou jejum intermitente, para melhorar a energia e a saúde metabólica); Monitoramento da saúde através de dispositivos como rastreadores de fitness e monitores de sono; Implantes de dispositivos sob a pele para monitoramento de dados corporais ou melhorar habilidades físicas; Técnicas de meditação e *mindfulness* para melhorar o foco, reduzir o estresse e aumentar o desempenho mental. O *Biohacking* busca promover um estilo de vida mais saudável e eficiente, muitas vezes através da combinação de ciência, tecnologia e autoconhecimento.

2. Mudanças Globais na Saúde: Uma tendência fundamental pois tem trazido e propiciado mudanças muito significativas e amplas, refletindo-se em avanços científicos, mudanças sociais e desafios emergentes. Avanços tecnológicos como telemedicina, o uso de inteligência artificial para previsão diagnóstica, medicina personalizada, genômica (avanços na sequência de DNA), tratamentos dirigidos e personalizados com soluções específicas são apenas alguns exemplos deste movimento. Temas como saúde mental e busca de equilíbrio, uso de aplicativos de controle e monitoramento de saúde e performance, maior consciência sobre saúde e envelhecimento e alargamento do acesso a práticas de saúde demonstram o quanto a forma como a saúde é abordada e gerida em nível global, refletindo tanto desafios quanto oportunidades para melhorar a qualidade de vida e promover o bem-estar das populações.

3. Caregiving: Um conceito bastante massificado mas que após a pandemia ganhou uma sobre vida. *Caregiving* definido como o ato de fornecer cuidados e apoio a indivíduos que não conseguem se cuidar totalmente sozinhos devido a idade avançada, doenças, incapacidades ou outras condições que afetam sua capacidade de realizar atividades diárias. Esse suporte pode incluir assistência física, emocional e prática para ajudar essas pessoas a manterem uma boa qualidade de vida. Falamos de cuidados a idosos como apoio diário ou gerenciamento de medicamentos. Falamos de cuidados com pessoas com deficiências como assistência física, adaptação de ambientes, monitoramento da saúde e coordenação de cuidados. Falamos de cuidados paliativos e de fim de vida como apoio emocional e psicológico, cuidados confortáveis, cuidados temporários, assistência em emergência entre outros. *Caregiving* desempenha um papel vital que envolve um compromisso significativo e pode exigir habilidades de gerenciamento, empatia e conhecimento especializado, dependendo das necessidades da pessoa que está recebendo os cuidados.

1. Pós-Taylorismo
2. TrendsInnovation
3. Full Agile



1. Pós-Taylorismo: A era do pós-taylorismo refere-se a uma fase subsequente ao modelo de organização do trabalho conhecido como "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. Novos modelos de trabalho, de organização dos recursos e de gestão pautam as empresas do futuro, através da adoção crescente de tecnologia, da prática da colaboração e da redefinição das regras da gestão.

2. TrendsInnovation: *TrendsInnovation* significa inovação com a lente das tendências e refere-se à capacidade das empresas e organizações anteciparem movimentos e aproveitarem as mudanças e os desenvolvimentos identificados através da análise dos cenários (*prospectiva* e *foresight*) e de tendências (*coolhunting*) para impulsionar a inovação e manterem-se relevantes 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 se analisarem os cenários e 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.

3. Full Agile: O *Full Agile* refere-se a uma abordagem completa e integrada do *Agile* em uma organização, onde todos os departamentos, não apenas a equipe de desenvolvimento, adotam os princípios e práticas designadas como ágeis. Isso significa que equipes de vendas, marketing, recursos humanos e outras áreas também seguem uma mentalidade ágil, promovendo colaboração, flexibilidade, e adaptação rápida a mudanças. O *Full Agile* não se limita ao desenvolvimento de software, mas abrange toda a organização, permitindo uma cultura de inovação e melhoria contínua adotando uma mentalidade adaptável e suportada por diversas ferramentas de gestão, estratégia e implementação.

1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. <u>As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS</u>	<u>50</u>
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



#2 BEHAVIORAL TRENDS |

TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS (3/5 anos): processos de mudança que resultam da observação do comportamento dos consumidores e que origina a criação e o desenvolvimento de novas ideias: de negócio, de produto ou serviço, de marca ou de ação.

What's Next, Direção 2035



1. Tecnologia & Conectividade

1. Nômades Digitais
2. Encapsulamento
3. Convergência Tecnológica
4. Conectividade Permanente
5. Instantaneidade e Imediatismo



1. Nômades Digitais: Crescem nos mercados profissionais aquelas pessoas que não há o “ir ao escritório”, tão pouco o cumprimento do expediente normal. Usando mochilas e pastas modernas, com um ar informal, abandonando gravatas e ternos, adotando roupas leves e confortáveis e impulsionados pela conexão eles trabalham quando e onde querem e precisam. Um estilo de trabalho e de vida fundamentalmente urbano e digital, que traz consigo novos e diferentes padrões de mobilidade e de hábitos de alimentação, relacionamento e consumo continua moldando uma nova forma de trabalhar.

2. Encapsulamento: Conceito criado por Faith Popcorn nos anos 70 (Cocooning), quando se referiu ao maior tempo que as pessoas passariam dentro de casa, esta Tendência expressa agora um comportamento mundial. Por decisão, obrigação, recomendação, vontade ou consciência as pessoas estão mais dentro de suas casas, trabalhando, estudando, se informando e adotando novos comportamentos de vida e relacionamento, dando finalmente sentido ao conceito de encapsulamento.

3. Convergência Tecnológica: Tudo na palma da mão possibilitado pelo crescimento dos apps e pela democratização do acesso à internet e do uso de smartphones e tablets, possibilitam uma total convergência de acesso e utilização das possibilidades tecnológicas que existem alargando a conexão entre pessoas e mudando os paradoxos de comportamento.

4. Conectividade Permanente: Vivendo uma verdadeira revolução de conectividade e tecnologia tudo caminha de forma convergente e permanente na palma da nossa mão. Vivemos nossas vidas e trabalhos dobrados sobre uma tela de smartphone ou laptop estando permanentemente conectados com os demais e garantindo que temos tudo o que necessitaremos à distância de um click. O *www* de *world wide web* deu lugar ao *www* de *what we want*, tal é cada vez mais a facilidade de aceder e compartilhar tudo. As idas ao banco, médico, supermercado, escola ou mesmo trabalho têm sido gradualmente substituídas por apps que nos resolvem tudo e nos facilitam universalmente a vida. Caminhando para um mundo 100% conectado, esta dependência assumirá cada vez mais importância e será o fator diferenciador entre marcas e na escolha das soluções diárias.

5. Instantaneidade e Imediatismo: O conhecimento humano em 1900 dobrava a cada 100 anos; Em 1945 a cada 25 anos; Em 2014 a cada 12 meses e em 2020 a cada 12 horas. É fácil prever que tudo será cada vez mais rápido e instantâneo, transformando a realidade que conhecemos numa enorme realidade líquida. Os nossos limites de paciência e espera reduzem à medida que este mundo acelera, elevando o nível de exigência para com empresas, permitindo cada vez menos que estas gastem o nosso tempo com coisas desnecessárias na prestação de serviços. O tempo é cada vez mais precioso e por isso qualquer momento de espera precisa ser recompensado com algo absolutamente único e relevante. Sem tempo a perder a busca faz-se pelo mais rápido, embora nem sempre pelo melhor.

2. Ambiente & Clima

1. EcoSustentabilidade
2. Posse vs Uso
3. Mindset Verde
4. Biodiversidade
5. Movimentos Migratórios



1. EcoSustentabilidade: EcoSustentabilidade é a consciência de que ser "eco" não é suficiente para preservar o planeta e é necessário ir além da ideia de conservação da natureza e preocupar-se especialmente com a humanidade e a sua relação com o meio ambiente. Sustentabilidade é a palavra de ordem nas iniciativas empresariais e políticas que influenciam as mudanças no comportamento e ações em diversas áreas.

2. Posse vs. Uso: Reforçando o conceito de economia circular assistimos a uma alteração dos modelo de negócio/consumo abandonando-se a vertente puramente consumista para a adoção de modelos mais sustentáveis de uso (em detrimento da mera posse) que tem feito emergir novos conceitos de negócio como soluções por assinatura ou soluções (mais) compartilhadas.

3. Mindset Verde: Uma atitude que se revê em comportamentos de maior preocupação com a correta produção, armazenagem e descarte de recursos em escala e seus impactos na cadeia de valor, que tem sido alvo do escrutínio apertado da sociedade e do mundo em geral.

4. Biodiversidade: Refere-se à variedade de vida na Terra, incluindo a diversidade de espécies, genes, ecossistemas e os processos ecológicos que os mantêm. Ela abrange todos os seres vivos, desde microorganismos, plantas e animais, até os ecossistemas que eles formam, como florestas, oceanos, desertos e áreas urbanas. A biodiversidade é essencial para o equilíbrio dos ecossistemas, fornecendo serviços ecológicos cruciais, como a purificação da água, polinização de plantas, regulação do clima, e a ciclagem de nutrientes. E esta realidade alinhada com o Mindset Verde vem pautando os comportamentos das pessoas na cobrança das empresas e na adoção de práticas mais sustentáveis

5. Movimentos Migratórios: Diz respeito ao deslocamento crescente de pessoas de um lugar para outro, seja dentro de um mesmo país (migração interna) ou entre países diferentes (migração internacional). Esses movimentos podem ser temporários ou permanentes e são motivados por uma variedade de fatores, incluindo razões econômicas, sociais, políticas, ambientais e pessoais. Não sendo algo novo tem ganho bastante visibilidade (através das redes digitais) o fato de grandes massas de pessoas se deslocarem e com isso mudarem o pñendulo económico e mesmo social de regiões e países. A Europa tem sido um bom exemplo da chegada constante de pessoas de regiões mais desfavorecidas que em busca de melhores condições e que têm alterado forças de trabalho e mesmo dinâmica sociais e políticas de países.



3. Política & Economia

1. Participação (+) Ativa
2. Maior Exigência e Cobranças
3. Fear Uncertain Doubt (FUD)
4. Economia Circular
5. Globalização



1. Participação (+) Ativa: Impulsionada pelas gerações jovens cresce a participação de todos nos grandes temas do mundo, exigindo resultados, cobrando ações, mas também ativamente realizando iniciativas que tentam equilibrar os pratos e reduzir os problemas gerados por tempos antigos e ultrapassados.

2. Maior Exigência e Cobrança: Não só feito pelas gerações mais novas (mas sem dúvida impulsionadas por elas) cresce de forma inquestionável a cobrança por atitude a ações que se preocupem com mais a humanidade e com planeta.

3. Fear Uncertain Doubt (FUD): O mundo VUCA (em inglês) significa o mundo em mudança acelerada e com destino incerto. A sigla VUCA de volatilidade (*volatility*), incerteza (*uncertainty*), complexidade (*complexity*) e ambiguidade (*ambiguity*) tem assumido relevância nas análises do momento. Mas quando olhamos o futuro e o cruzamos com a forma como temos sido formatados pela sociedade da 2ª Revolução Industrial encontramos invariavelmente três sentimentos: Medo (*Fear*): “sentados” em nossas zonas de conforto assistimos a inúmeras mudanças que, pela sua velocidade e impacto, nos deixam ansiosos e pensativos sobre a nossa capacidade de lidar com toda a transformação futura; Incerteza (*Uncertain*): a velocidade da mudança gera sempre a incerteza de quais impactos e resultados obteremos ao adotar a mudança e se conseguimos lidar com ela; Dúvida (*Doubt*): cresce a dúvida se estamos caminhando para tempos melhores ou piores e como nos devemos adaptar a eles garantindo alguma segurança.

4. Economia Circular: Um dos mais fortes comportamentos presentes, a economia circular é um modelo econômico sustentável que busca minimizar o desperdício e maximizar o uso eficiente de recursos. Em vez de seguir o padrão tradicional de "extrair, usar e descartar" da economia linear, a economia circular propõe um ciclo contínuo de reutilização, reciclagem e regeneração de materiais e produtos. Tendo como objetivo manter os recursos em circulação o maior tempo possível, reduzindo o impacto ambiental e promovendo maior sustentabilidade tem inspirado nas gerações comportamentos verdadeiramente transformadores.

5. Globalização: Representa o processo de aproximação entre as diversas sociedades e nações, seja no âmbito econômico, social, cultural ou político. O principal destaque dado pela globalização está na integração digital e de mercado existente entre os países. A globalização permitiu maior conexão entre pontos distintos do planeta fortalecendo a ideia de um mundo globalizado onde tudo está interligado. Motivada pela conexão e sua adoção pelas pessoas, a velocidade com que tudo acontece é cada vez maior. Ao estarmos mais conectados em rede também conseguimos ter cada vez mais poder. Uma pessoa sozinha tem determinada influência mas quando se junta ao grupo ganha um poder imparável.

4. Social & Humano

1. Intergeneracionalidade
2. Multiculturalismo
3. Humanismo, P2P e Solidariedade
4. Nostalgia
5. Compartilhamento



1. Intergeneracionalidade: Com o aumento da expectativa de vida e conseqüentemente 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 através da crescente conexão entre diversas gerações.

2. Multiculturalismo: O Multiculturalismo descreve a existência de muitas culturas numa região, cidade ou país, com no mínimo uma predominante. Com a elevada mobilidade humana vivemos momentos em que massas de pessoas se deslocam entre países e continentes, estabelecendo laços com as pessoas dos destinos onde chegam.

3. Humanismo, P2P e Solidariedade: As transformações do mundo têm dado ao mundo um maior protagonismo aos temas do humanismo e solidariedade com o próximo. A chegada de “tsunamis” constantes tem despertado iniciativas de apoio e compartilhamento que se sucedem. Em um mundo tecnológico algo inimaginável tem vindo a suceder: a maior consciência e preocupação com o outro dando sentido à expressão: o futuro do ser humano é ser humano. E esse fenômeno aumentou a nossa consciência para a um novo modo vida, o P 2 P – Person to Person (ou Peer 2 Peer) onde endosso e confiança são a base de decisão.

4. Nostalgia: A importância de nos rodearmos de símbolos, imagens e histórias que contem uma história que gere identificação e envolvimento cresce e a necessidade de nos ligarmos ao imaginário, aos sonhos e histórias ganha força. A necessidade de resgatar o passado para nos resguardar de um presente que – em muitos casos – pode ser “homogeneizado” e “industrializado” em excesso, e, quase sempre, incerto recorrendo a referências estéticas ou ‘recordações’ fortes, que vêm dar um novo valor às experiências atuais, criando-nos, assim um “porto seguro” nos tempos de incerteza e de desconfiança atuais tem mostrado ser um caminho para a diferenciação.

5. Compartilhamento: Quando o conhecimento se massifica todos contribuem com a sua visão ou perspectiva, agregando mais ao todo. Fica cada dia mais fácil acessar informação que quando junta constrói uma nova forma de conhecimento. E hoje não podemos deixar de considerar colaboradores, parceiros, fornecedores, professores, clientes, amigos e todos quantos coexistem com a nossa empresa, sabendo que em cada um deles estará parte de uma solução.

5. Saúde & Bem Estar

1. Wellthy (wellness & healthy)
2. Relax & Espiritualidade
3. Busca de Equilíbrio e da Felicidade
4. DIY
5. Adaptabilidade Permanente



1. Wellthy (wellness & healthy): Saúde e bem-estar, longevidade e felicidade são fundamentais. Os benefícios são óbvios e “mente sã em corpo são” permite que se possa enfrentar com outra garra as adversidades dos tempos modernos. As fontes do estresse diário são muitas e é prioritário ter formas e meios de o combater. A promoção e o monitoramento permanentes de práticas e estilos de vida mais saudáveis são fortemente disseminadas, com recurso às tecnologias de informação e a um mundo cada vez mais interligado em busca de felicidade utilizando as tecnologias de informação e o um mundo cada vez mais interligado. Partilham-se histórias, experiências, técnicas, dietas, planos de treino, etc.; tudo o que promova a vitalidade é bem-vindo! Um mundo mais *Wellthy* (junção de Wellness e Healthy) cresce como contraponto e busca de equilíbrio ao mundo conectado e vivido em permanente aceleração.

2. Relax & Espiritual: Este movimento vai muito além da questão de relaxamento, traduzindo-se numa necessidade mais básica para viver em equilíbrio. A vida é cada vez mais estressante e emocionalmente exigente. Os níveis de estresse no trabalho nunca foram tão altos e a busca por soluções de relaxamento e melhoria da qualidade de vida nunca foram tão importantes na vida das pessoas. Seja uma pausa diária, um retiro ou mesmo uma forma de vida, a busca pelo equilíbrio e pelo desacelerar do mundo conectado ganhou adeptos e está aberto inúmeras oportunidades de negócio. O maior desafio hoje é conseguir viver em equilíbrio com tantas demandas e iniciativas que nos aceleram a vida e o cérebro.

3. Busca pela Felicidade: Um sentimento que se afirmou com a pandemia e que saiu reforçado no sentido em que há uma maior consciência de desejo de fazer coisas que nos façam bem e nos deixem felizes. A mudança de século, a massificação tecnológica e o emergir das novas gerações tem reforçado a questão emocional como crítica da performance, saúde e bem-estar. Antes de qualquer coisas somos humanos e humanos querem-se felizes.

4. DIY: DIY (*do it yourself*, ou o faça você mesmo) como parte do comportamento, que demonstra uma mudança na forma de relacionamento com marcas e empresas onde quem decide o que compra, seleciona, recomenda e endossa é o consumidor.

5. Adaptabilidade Permanente: É a capacidade contínua de indivíduos, organizações e sistemas de se ajustarem rapidamente às mudanças e desafios de maneira ágil e eficaz. Ao contrário de uma adaptação pontual, que ocorre em resposta a uma mudança específica, a adaptabilidade permanente envolve estar em um estado constante de prontidão para responder a inovações, mudanças nas condições do mercado, avanços tecnológicos e alterações sociais, políticas ou ambientais. É um processo contínuo de aprendizado, inovação e evolução. Flexibilidade, resiliência, capacidade de se recuperar rapidamente de dificuldades ou fracassos, aprendizado contínuo e inovação são conceitos que têm pautado o comportamento humano de forma contínua e regular.

6. Educação, Empresas & Negócios

1. Colaboração
2. Segurança Psicológica
3. Trabalhabilidade
4. Lifelong Learning
5. Protagonismo



1. Colaboração: É o comportamento do momento. Não há super-heróis isolados mas sim heróis que trabalham juntos, compartilham conhecimento e ideias e que conjuntamente desenvolvem soluções ajustadas aos contextos em que se vive. Capacitar para o trabalho colaborativo ajudará a ultrapassar as barreiras que se avizinham.

2. Segurança Psicológica: A segurança psicológica diz respeito a um ambiente detentor de um clima no qual as pessoas se sentem confortáveis para falarem as suas opiniões, compartilharem experiências e ideias. Dessa forma, todos ficam tranquilos e seguros para se expor diante de outros colaboradores ou amigos, algo cada dia mais importante quando se trata de inovar ou apenas lidar com os contextos de mudança que estamos vivendo.

3. Trabalhabilidade: Um conceito que tende a ilustrar um comportamento de adaptação ao um novo mundo e a um novo contexto principalmente profissional, onde o trabalho tem um significado e uma importância, para os indivíduos e para a sociedade como um todo, e transcende o meramente econômico ou financeiro. O trabalho é uma atividade humana central, fundamental para a auto realização e coesão social. O cenário atual é caracterizado pela autogestão na qual a pessoa e não a organização, passa a ter controle da carreira. Trabalhabilidade representa a busca do sucesso psicológico em oposição ao sucesso definido por valores externos e isso reflete em um profissional flexível, que valoriza a liberdade e acredita em aprendizado contínuo, estabelecendo prioridades e objetivos e buscando recompensas intrínsecas ao trabalho, sendo o sucesso definido com base em critérios próprios.

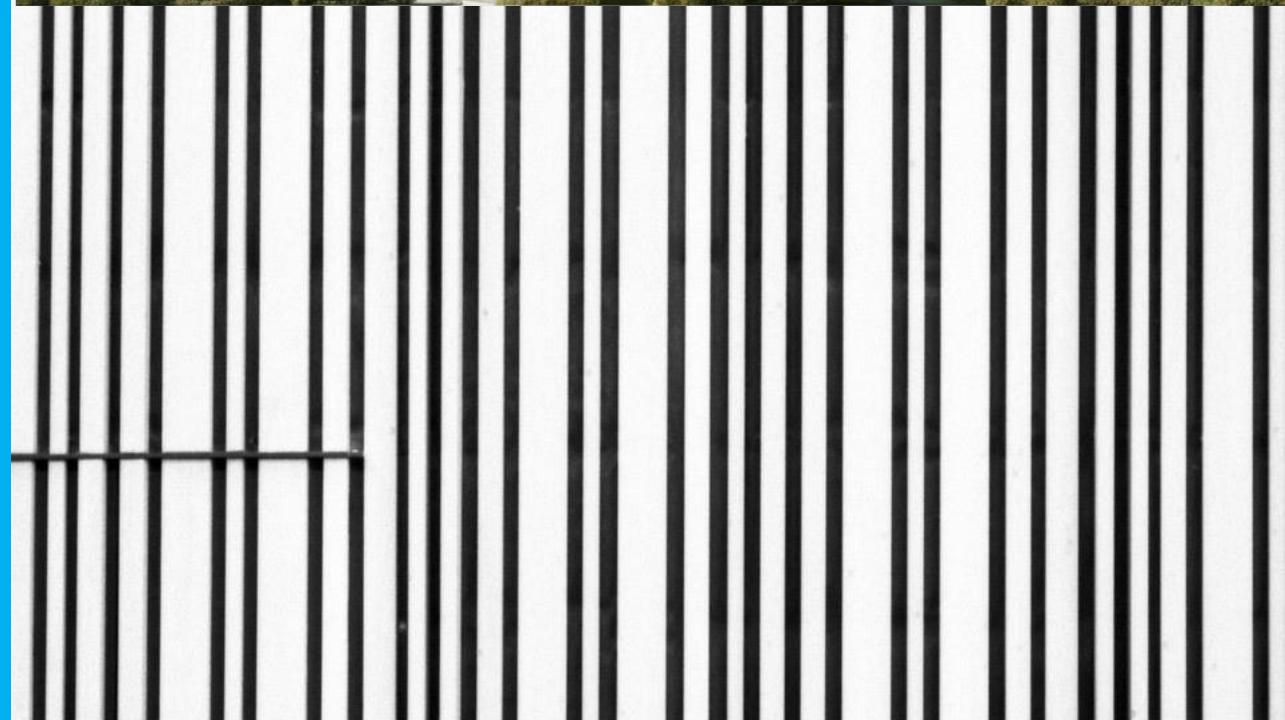
4. Lifelong Learning: Também definido como educação continuada, educação permanente ou aprendizagem ao longo da vida, refere-se ao processo de atualização e aprimoramento constante dos conhecimentos, habilidades e competências de profissionais em suas áreas de atuação. Essa prática envolve a busca contínua por novos conhecimentos, seja por meio de cursos, workshops, treinamentos ou outras formas de aprendizado. Um comportamento crescente pela necessidade de adaptação a que estamos sendo expostos de forma permanente.

5. Protagonismo: O "ser parte ativa" de forma responsável ganhou o mundo. Temos uma missão e/ou desígnio/chamado que deve ser atendido para fazer a diferença no mundo e com isso, assumir o protagonismo de nossas vidas, carreiras e resultados.

1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. <u>As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO</u>	<u>59</u>
5. CONCLUSÕES	69

What's Next »

(Direção 2035)



#3 BUSINESS TRENDS |

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

What's Next, Direção 2035



1. Tecnologia & Conectividade

1. Transformação & Upskilling Digital
2. DDE | Data Driven Enterprise
3. Gen AI & Quantum Computing
4. Tecnologias de Impacto
5. Interconectividade



1. Transformação & Upskilling Digital: Uma abordagem integrada onde as tecnologias desempenham um papel chave na transformação da estratégia, estrutura, cultura e processos de uma empresa, utilizando o alcance e o poder da conectividade, da internet e da tecnologia. Espera-se melhorar o envolvimento dos clientes em todos os pontos de contato no ciclo de vida de sua experiência e para tal há que criar o ambiente correto e a cultura adequada (leia-se capacitação dos colaboradores – *upskilling*) para operarem os negócios de forma cada vez mais digital.

2. DDE | Data Driven Enterprise: Ter bases de dados construídas em anos de resultados consistentes é ótimo, mas, hoje, é fundamental entender que a experiência anterior das empresas não garante sucesso no mercado digital. A hora é a de olhar para o futuro, e não há forma de fazer isso se a companhia não tiver informação qualificada. Falamos de dados e da habilidade de trabalhá-los. É necessário ter uma cultura guiada por dados, uma cultura *data driven*, na qual as informações (dados) são captadas constantemente, servindo como base para as tomadas de decisão pela capacidade de transformar dados em conhecimento aplicável.

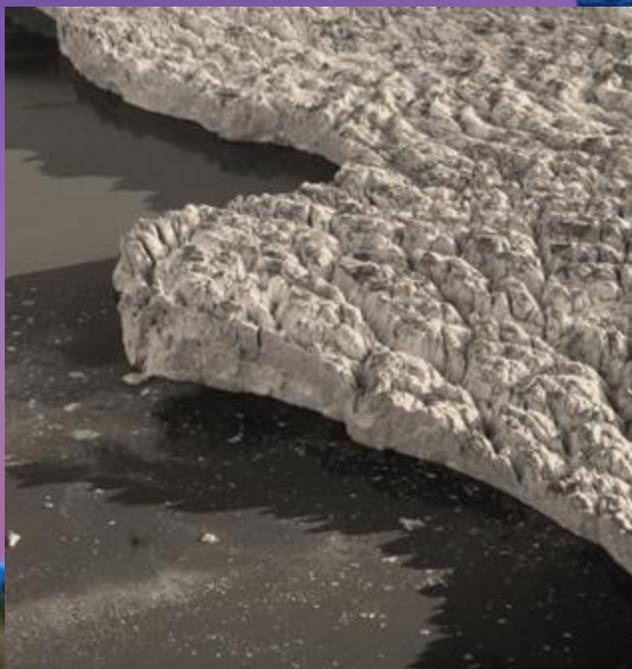
3. GenAI & Quantum Computing: GenAI é um ramo da inteligência artificial (IA) que envolve a criação de novos conteúdos, como texto, imagens, música ou código, por meio de modelos de IA. Diferente de outras formas de IA, que geralmente se limitam a processar e analisar dados existentes, a IA generativa é capaz de produzir novas informações ou criações que se assemelham a conteúdos humanos. Ela utiliza técnicas como redes neurais profundas e modelos de aprendizado de máquina para gerar saídas criativas, como os conhecidos modelos GPT (como o ChatGPT) e DALL-E. A Computação Quântica é uma forma avançada de computação que utiliza as propriedades da física quântica para processar informações de maneira extremamente rápida e eficiente. Ao contrário dos computadores tradicionais, que operam em bits (0 ou 1), os computadores quânticos utilizam qubits, que podem existir em múltiplos estados ao mesmo tempo, permitindo cálculos paralelos exponenciais. Esta tendência vai alterar todo o contexto empresarial que conhecíamos até agora.

4. Tecnologias de Impacto: A tecnologia é um meio a serviço da melhoria transversal das empresas, dos negócios, da sociedade e da vida, para que todos possam ganhar com isso. A evolução da tecnologia, cada vez mais acessível tem transformado mercados, empresas e pessoas. A velocidade de produção e difusão de informação tem impactado e continuará a impactar a forma como as empresas desenvolvem os seus negócios e se relacionam com os seus públicos. Neste sentido, existe a oportunidade de aplicar o conhecimento atualmente disponível para a criação, facilitação e implementação destas tecnologias, com conteúdo relevante para clientes e para a sociedade.

5. Interconectividade: Refere-se à capacidade de diferentes sistemas, redes, dispositivos ou indivíduos se conectarem e interagirem entre si, facilitando o fluxo de informações, dados, comunicação e negócios. Abrange as interações entre tecnologias digitais, empresas, países, e até mesmo pessoas, formando redes globais de colaboração e troca.

2. Ambiente & Clima

1. E.ESG
2. Logística Reversa
3. Transição Energética
4. Resultados Responsáveis (EVA)
5. Urbanização



1. E.ESG: Traduzido do Inglês – Governança Ambiental, Social e Corporativa é uma avaliação da consciência coletiva de uma empresa em relação aos fatores sociais e ambientais. Normalmente, é uma pontuação compilada de dados coletados em torno de métricas específicas relacionadas a ativos intangíveis dentro da empresa e que agora ganha mais uma denominação com o foco econômico que defende a geração de resultados sustentáveis que permita manter a performance responsável de forma sistemática.

2. Logística Reversa: Alinhado com a preocupação ambiental e de otimização dos recursos, cresce a abordagem da logística que trata do fluxo físico de produtos, embalagens ou outros materiais, desde o ponto de consumo até o local de origem numa clara definição de que o caminho de volta será uma grande contribuição para a melhoria da qualidade de vida do planeta.

3. Transição Energética: Refere-se ao processo de mudança do uso predominante de fontes de energia fósseis (como carvão, petróleo e gás natural) para fontes de energia mais limpas e renováveis (como solar, eólica, hidrelétrica e biomassa). O objetivo dessa transição é reduzir a emissão de gases de efeito estufa, mitigar as mudanças climáticas e promover a sustentabilidade ambiental. Para tal descarbonização, eficiência energética e eletrificação são exemplos de como a transição já é real e impactante dos negócios.

4. Resultados Responsáveis (EVA: Environment Value Add): O EVA tradicional é um indicador que demonstra a criação ou destruição de valor e representa o custo de oportunidade do capital aplicado por credores e acionistas como forma de compensar o risco assumido no negócio. Agora com o emergir de conceitos mais sustentáveis e responsáveis, o conceito evolui para a compensação de forma mais sustentável e integrada com ecossistema, respeitando o entorno. Ou seja, não vale resultado a qualquer custo.

5. Urbanização: Mais de metade da população mundial vive em grandes cidades e ao contrário do que aconteceu em outras épocas, a maioria das pessoas nasceu nas cidades. Quem não nasceu vive as cidades com tanta intensidade como uma terra-natal. Com a crescente urbanização cresce o interesse que as populações urbanas ganham pelo espaço onde habitam, tornando-os mais acolhedores para si e para os outros.

3. Política & Economia

1. Riscos Globais
2. Ética
3. Governança Customizada
4. Novas Cadeias de Valor (&)
5. Novos Modelos de Operação



1. Riscos Globais: Riscos globais são definidos como as ameaças que podem afetar várias regiões ou países ao redor do mundo, com potencial para causar impactos significativos e de longo alcance. Esses riscos podem ser naturais, tecnológicos, econômicos, sociais ou políticos, e geralmente exigem cooperação internacional para serem geridos eficazmente. Ao assistir ao aumento do impacto destes riscos as empresas encontram-se expostas a uma realidade para a qual não estavam preparadas.

2. Ética: Com o crescimento do mundo digital todos estamos cada dia mais expostos a todos os níveis. Essa exposição tem aumentado a exigência por práticas cada vez mais éticas por parte das empresas, as quais estão diretamente ligadas com a relevância da empresa no Mercado e a forma como ela concretiza as suas promessas e ofertas. Ética é referente à conduta ética das empresas, ou seja, à forma moralmente correta com que as empresas interagem com o seu meio envolvente e com os agentes de negócio.

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

4. Novas Cadeias de Valor (&): Novas cadeias de valor referem-se a como as empresas criam e entregam produtos e serviços de maneira moderna e eficiente, utilizando novas tecnologias e novas abordagens. A ideia é agregar valor a cada etapa do processo, desde a concepção até a entrega ao cliente. Conceitos de gestão como Digitalização e Automação, Integração Vertical, Economia de Plataforma, Personalização e Customização, Modelos de Negócio Baseados em Dados, Sustentabilidade e Responsabilidade Social, têm alterado o modelo tradicional empresarial cunhado no Taylorismo.

5. Novos Modelos de Operação: Influenciado pela tendência anterior e seus impactos nas empresas surgem novos modelos de operação focando em abordagens modernas e inovadoras que as empresas adotam para melhorar a eficiência, a flexibilidade e a competitividade. Esses modelos aproveitam tecnologias avançadas e práticas de gestão para transformar como as empresas operam, entregam produtos e serviços, e interagem com clientes e parceiros. Conceitos como Produção Localizada (*Nearshoring*), Manufatura Aditiva (Impressão 3D), Indústria 4.0,, Produção Sustentável, Economia Circular ou Personalização em Massa integram o road-map de transformação dos negócios.

4. Social & Humano

1. Liderança Educadora
2. Diversidade, Inclusão e Equidade
3. Economia da Experiência
4. Novas Competências e Habilidades
5. Cultura da Colaboração & Inteligência Coletiva



1. Liderança Educadora: A liderança tem-se vindo a reinventar em um novo contexto organizacional adotando um novo estilo e práticas abandonando as hierarquias rígidas e autoridade formal, e concentrando-se em competências que estimulam a adaptação, a inovação, o desenvolvimento de talentos e a construção de culturas organizacionais mais colaborativas. O mais importante movimento é definido como Liderança educadora e é um estilo de liderança que se concentra no desenvolvimento e no crescimento dos indivíduos dentro de uma organização, enfatizando a importância de ensinar, orientar e inspirar os membros da equipe. Em vez de simplesmente gerenciar e supervisionar, um líder educador assume o papel de mentor e facilitador, promovendo um ambiente de aprendizado contínuo e crescimento pessoal e profissional.

2. Diversidade, Inclusão e Equidade: Diversidade - nada mais é do que variedade. A diversidade está presente em todos os âmbitos da nossa vida, mas quando falamos de empresas, diversidade se refere a pessoas com características, backgrounds e formas de pensar diferentes e nunca é um ponto fixo, ou seja, não é algo que se atinge e fica estática. Diversidade no ambiente corporativo é sempre algo que precisa ser olhada e evoluído – avanços sempre são possíveis. Inclusão - é a sensação de pertencimento. Apenas a existência de pessoas diversas em uma empresa não significa, necessariamente, que elas se sentirão incluídas naquele ambiente. A inclusão é algo que passa por cultura organizacional, comportamento dos colaboradores e segurança para todos compartilharem (e serem apreciados por) suas ideias. Equidade - é busca por igualdade através de processos e práticas que entendam que cada jornada é individual. A equidade entende que as pessoas não partem do mesmo lugar e que enquanto alguns começam com vantagens, outros começam com barreiras.

3. Economia da Experiência: Os produtos por si só já não têm o valor de outros tempos. O consumidor procura algo mais do que um simples produto. Todo o processo de compra deve ser acompanhado por algo único – uma experiência – capaz de estimular os cinco sentidos. A experiência na compra e na utilização de produtos e de serviços deve ser memorável e transformar todo o processo de compra e de consumo em algo inesquecível. Economia da Experiência refere-se por isso a experiências vividas pelo consumidor, proporcionadas pelas marcas, com o objetivo de que estas se transformem em vendas, reconhecimento e reforço de imagem.

4. Novas Competências e Habilidades: Mais do que apenas as competências técnicas, as comportamentais e as de gestão assumem-se como fundamentais na preparação dos gestores do presente e do futuro alterando as lógicas de gestão, liderança e treinamento. E com a complexidade crescente dos negócios novas competências e habilidades são diariamente colocadas na mesa.

5. Cultura da Colaboração e Inteligência Coletiva: Influenciada pelo comportamento de colaboração as empresas têm vindo a atuar sobre a cultura corporativa com o objetivo de abrir a roda de discussão e potenciar o que de melhor cada colaborador pode trazer.

5. Saúde & Bem Estar

1. Autenticidade
2. Saúde Mental
3. Humanamente Digital
4. Novos Modelos de Trabalho
5. Propósito



1. Autenticidade: Refere-se à qualidade de ser verdadeiro, genuíno e honesto. Em termos pessoais é a capacidade de uma pessoa ser fiel a si mesma, agindo de acordo com suas próprias crenças e valores, sem se deixar influenciar excessivamente por pressões externas. Em termos culturais refere-se à preservação e expressão verdadeira das tradições, práticas e identidades culturais, sem adulterações ou imitações. Em termos profissionais refere-se à capacidade de um indivíduo ser verdadeiro e coerente em sua identidade, valores e ações dentro do ambiente de trabalho. Isso inclui transparência, consistência, autoconhecimento e integração de valores pessoais e profissionais. A pessoa que age com verdade expressa os seus sentimentos e opiniões sem temer retaliação. Ela não possui segundas intenções e, quando quer alguma coisa, expressa a sua vontade para que não haja desentendimentos futuros. Ser autêntico no trabalho pode promover um ambiente mais colaborativo, aumentar a satisfação no trabalho e melhorar o engajamento e a produtividade.

2. Saúde Mental: Refere-se ao bem-estar emocional, psicológico e social de um indivíduo. É um aspecto fundamental da saúde geral e envolve a capacidade de lidar com as exigências da vida, manter relacionamentos saudáveis e tomar decisões equilibradas. A saúde mental abrange o bem-estar emocional, a resiliência e a adaptação, relacionamentos saudáveis a nível pessoal e profissional, autoconhecimento e autoestima e funcionalidade e realização pessoal. A saúde mental é influenciada por diversos fatores, incluindo genética, ambiente, experiências de vida e estilo de vida e é crítica na performance profissional. A manutenção da saúde mental pode ser a base para a diferença entre ter ou não ter sucesso pessoal, profissional e empresarial.

3. Humanamente 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 conceito procura equilibrar o progresso tecnológico com a preservação dos valores humanos e a garantia de um futuro mais justo e sustentável para todos.

4. Novos Modelos de Trabalho: Os novos modelos de trabalho têm-se desenvolvido rapidamente nos últimos anos, principalmente após a pandemia, impulsionados por avanços tecnológicos, mudanças nas expectativas dos funcionários e novas necessidades das empresas. Do 100% presencial vigente de 1919 até 2019, têm ganhado espaço novos modelos, como os modelos de trabalho remoto, trabalho híbrido, trabalho flexível, trabalho por projetos ou *freelancing*, trabalho por competências e tantos outros em desenvolvimento com impacto crescente na gestão das organizações.

5. Propósito: Propósito é um conceito poderoso atuando como eixo central para garantir a longevidade da empresa, sabendo gerenciar o momento. Propósito pode ser definido como um modo único e autêntico por meio do qual sua marca fará a diferença no mundo.

1. Ambidestria Corporativa
2. Negócios de Plataforma e Ecossistema
3. Estratégia Prospectiva
4. Empreendedorismo
5. Advising



1. Ambidestria Corporativa: A evolução tecnológica, a mudança do comportamento do consumidor, a turbulência política e a incerteza econômica reafirmaram aos gestores a importância da adaptabilidade (a capacidade de se mover rapidamente em direção a novas oportunidades e se ajustar a mercados voláteis e evitar complacências), sem prejudicar o negócio atual. Para uma empresa ter sucesso a longo prazo, ela precisa dominar a adaptabilidade e o alinhamento – um atributo que às vezes é conhecido como ambidestria. A ambidestria corporativa fala do equilíbrio entre escala e produtividade com velocidade, inovação e criatividade. É o equilíbrio constante entre *Exploration* (refere-se à busca de novas oportunidades, à experimentação e à inovação) e *Exploitation* (refere-se à melhoria contínua das atividades existentes da organização, buscando otimizar processos, reduzir custos, aumentar a eficiência e obter lucros).

2. Negócios de Plataforma e de Ecossistema: A dependência de plataformas e ecossistemas tirará as empresas do “eu” e as levará para o “nós”, onde todos se integram e conectam entre si ao longo de toda a cadeia de valor. A construção de ecossistemas integrados de gestão para melhor entrega e diferenciação no mercado, a adoção de sistemas que se ajustem ao contexto dos clientes e demais players, a integração das funções com transição para um sistema empresarial com o mínimo de silos – de fora para dentro gerarão plataformas capazes de incorporar pessoas e tecnologias, automatizando os processos.

3. Estratégia Prospectiva: Metodologia criada e adotada 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. A importância do planejamento estratégico prospectivo está cada vez mais na sua capacidade de tornar a empresa mais preparada e resiliente para o futuro.

4. Empreendedorismo: Resultado das crises recentes e da crescente insatisfação com empresas rígidas e engessadas, muitas pessoas têm abandonado carreiras executivas para se aventurarem na criação dos seus empreendimentos ou abrindo frentes de mudança da cultura das empresas onde atuam (empreendedorismo corporativo ou *impreendedorismo*). Nunca como agora se criaram tantas empresas e tanta gente se mobilizou para mudar as bases nas quais o mundo assenta. Os empreendedores do futuro estão mais focados na resolução dos grandes problemas do mundo e se não o fizerem dentro das empresas onde trabalham criarão novas que garantem esse movimento.

5. Advising: 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 em temas específicos e de alta complexidade por um especialista no tema.

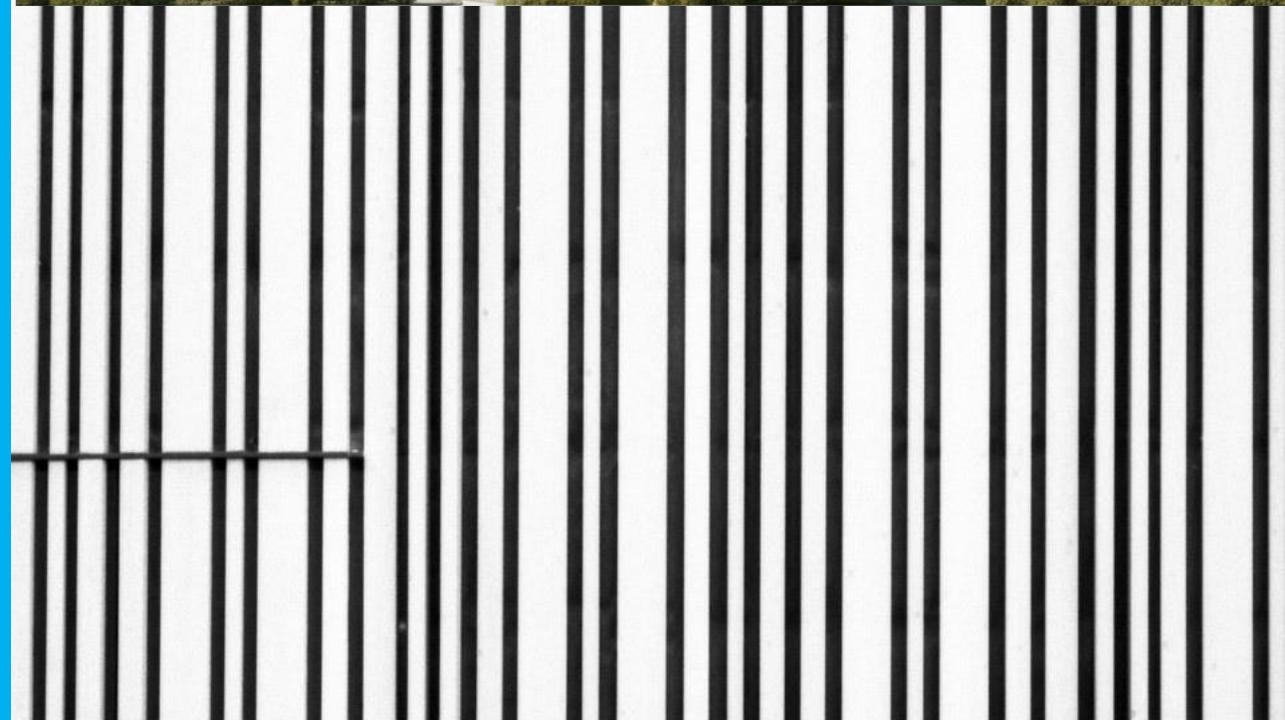
What's Next, Direção 2035



1. INTRODUÇÃO AO RELATÓRIO	4
2. SOBRE O ECOSISTEMA INOVA	6
3. INTRODUÇÃO TEÓRICA	11
4. WHAT'S NEXT DIREÇÃO 2035	30
1. As 6 FORÇAS MOTRIZES	33
2. As 18 MEGA TENDÊNCIAS	41
3. As 30 TENDÊNCIAS COMPORTAMENTAIS	50
4. As 30 TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO	59
5. <u>CONCLUSÕES</u>	<u>69</u>

What's Next »

(Direção 2035)



Seguindo o seu propósito de manter uma base permanente de atualização de conhecimento para ajudar a decisão estratégica, a Inova disponibiliza o seu relatório regular sobre tendências resultado da experiência acumulada e pesquisa regular do contexto em que nos inserimos.

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

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

Um abraço e obrigado por ter chegado até aqui.

Até breve.



Luis Rasquilha (luis@ecossistemainova.com)

ECOSSISTEMA INOVA LTDA.

CNPJ nº 22.110.885/0001-14

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

Endereço escritório: Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72 CV:9610 Bela Vista, São Paulo, SP,
CEP: 01311-930
(11) 3075-2872

Coordenação: Luís Rasquilha

Tipo de Letra: MaxPro

Photo Credit: [Visualhunt](#)

© 2024 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Contato: Luís Rasquilha

+55 (11) 98560 7271

luis@ecossistemainova.com

SÃO PAULO, OUTUBRO 2024



What's Next »

(Direção 2035)



Este documento e todo o seu conteúdo são propriedade do ECOSISTEMA INOVA 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

ECOSSISTEMA INOVA e o nosso website www.ecossistemainova.com

What's Next ☞

(Direção 2035)



ECOSISTEMA INOVA LTDA.

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

11) 3075-2872 | www.ecosistemainova.com