



*REFRAMING | APRENDENDO A RESSIGNIFICAR ACONTECIMENTOS*

*ME B2B SUMMIT 2019 | 19 SETEMBRO 2019 | SÃO PAULO*

*LUIS RASQUILHA | CEO*

*INOVA CONSULTING & INOVA BUSINESS SCHOOL*

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

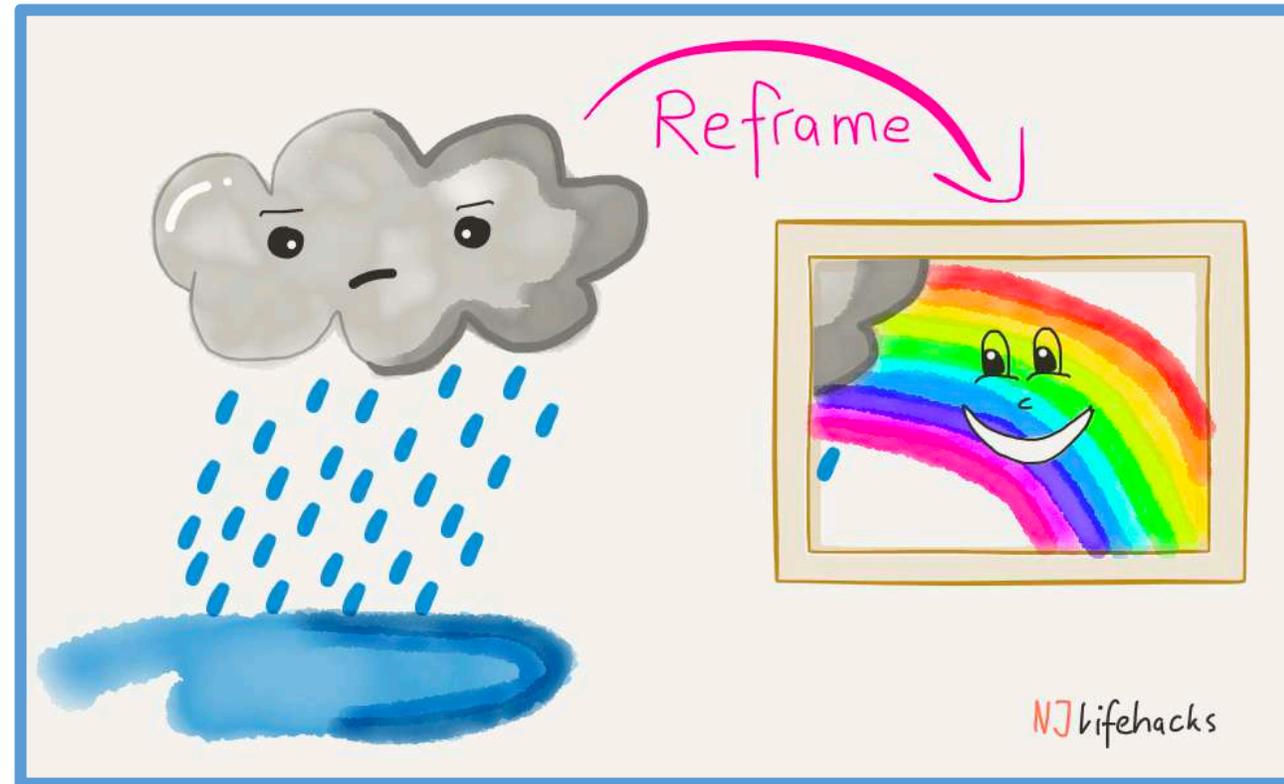
Alameda Santos, 2441, 9., Edifício Bela Santos, Jardim Paulista, CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil  
(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | [www.inovaconsulting.com.br](http://www.inovaconsulting.com.br) | [www.inovabs.com.br](http://www.inovabs.com.br)

## REFRAMING

(Traduzido do Inglês)

A ressignificação cognitiva é uma técnica psicológica que consiste em **identificar** e depois em **disputar** pensamentos irracionais ou desadaptativos.

Reenquadrar é uma maneira de ver e experimentar eventos, ideias, conceitos e emoções para **encontrar** alternativas mais positivas.





Traduzida literalmente,  
a palavra significa  
“substituir uma  
moldura ou  
estrutura”.

De forma simples, a  
técnica do “reframe” se  
resume em “descobrir  
aspectos positivos em  
algo negativo”.

Reframing

```
graph TD; A[Reframing] --- B[Porquê?]; A --- C[Para quê?]
```

Porquê?

Para quê?

Reframing

Porquê?

Para quê?

CD'S X SPOTIFY

MAPAS X WAZE

TELEFONE X SKYPE

BARSA X WIKIPEDIA

BLOCKBUSTER X NETFLIX

HILTON X AIRBNB

COOPERTAXI X UBER

TELCOS X WHATS APP

AUTOMÓVEIS X TESLA

BALADAS X YOUTUBE

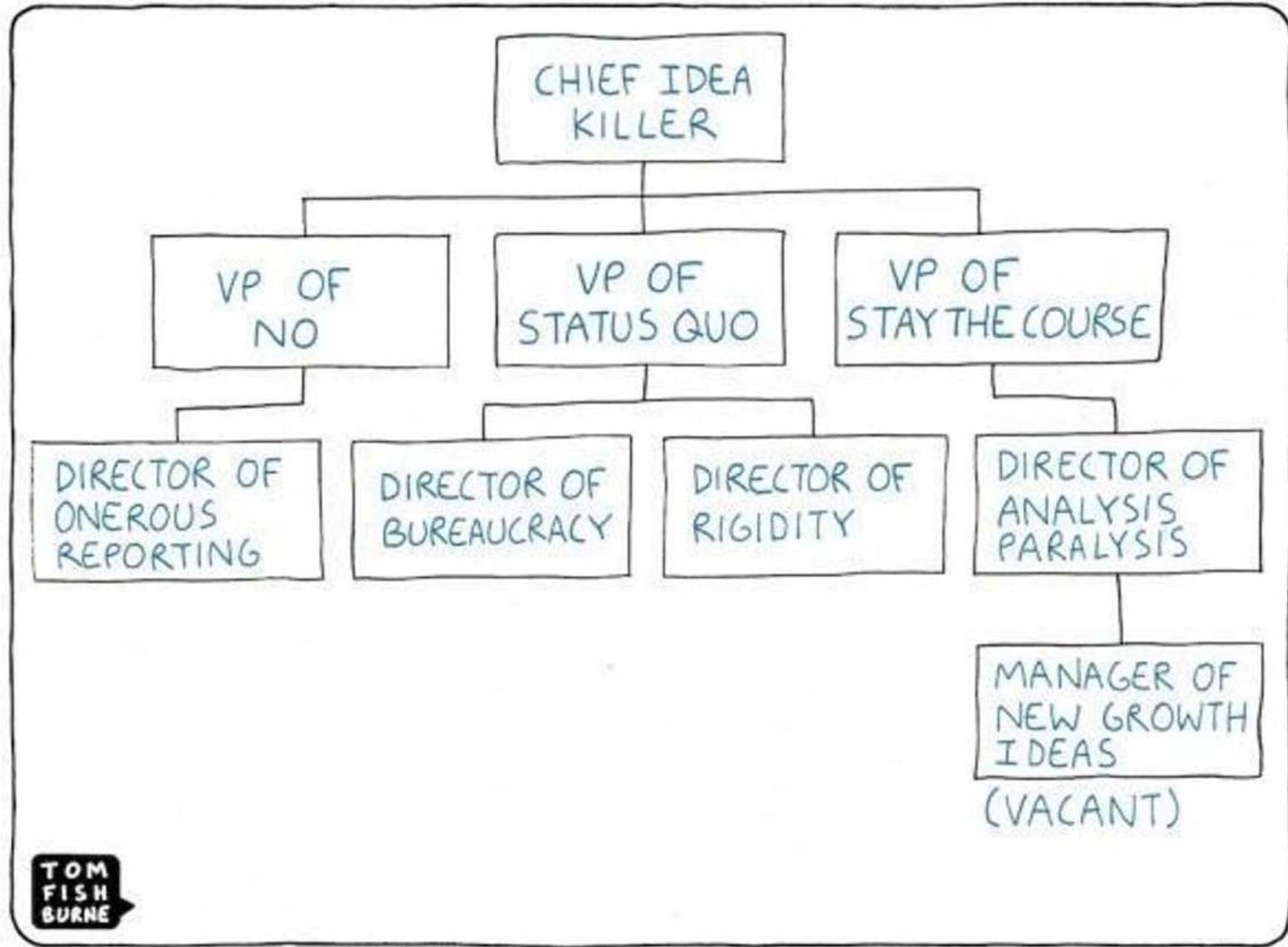
SUPERMERCADOS X RAPPI

OS INIMIGOS ESTÃO NA SOMBRA E SÃO,  
APARENTEMENTE, INVISÍVEIS...

6

FROM LEADING 2 BLEEDING

ELE(S) X VOCÊ





# O LADO NEGRO DA CULTURA CORPORATIVA



Nós sempre  
fizemos desse jeito



Nós somos  
diferentes



Esse não é o jeito  
que fazemos as  
coisas aqui



Isso não vai  
funcionar  
aqui



Nós tentamos isso  
anos atrás, e não (...)



Não seja muito  
sonhador

Reframing

Porquê?

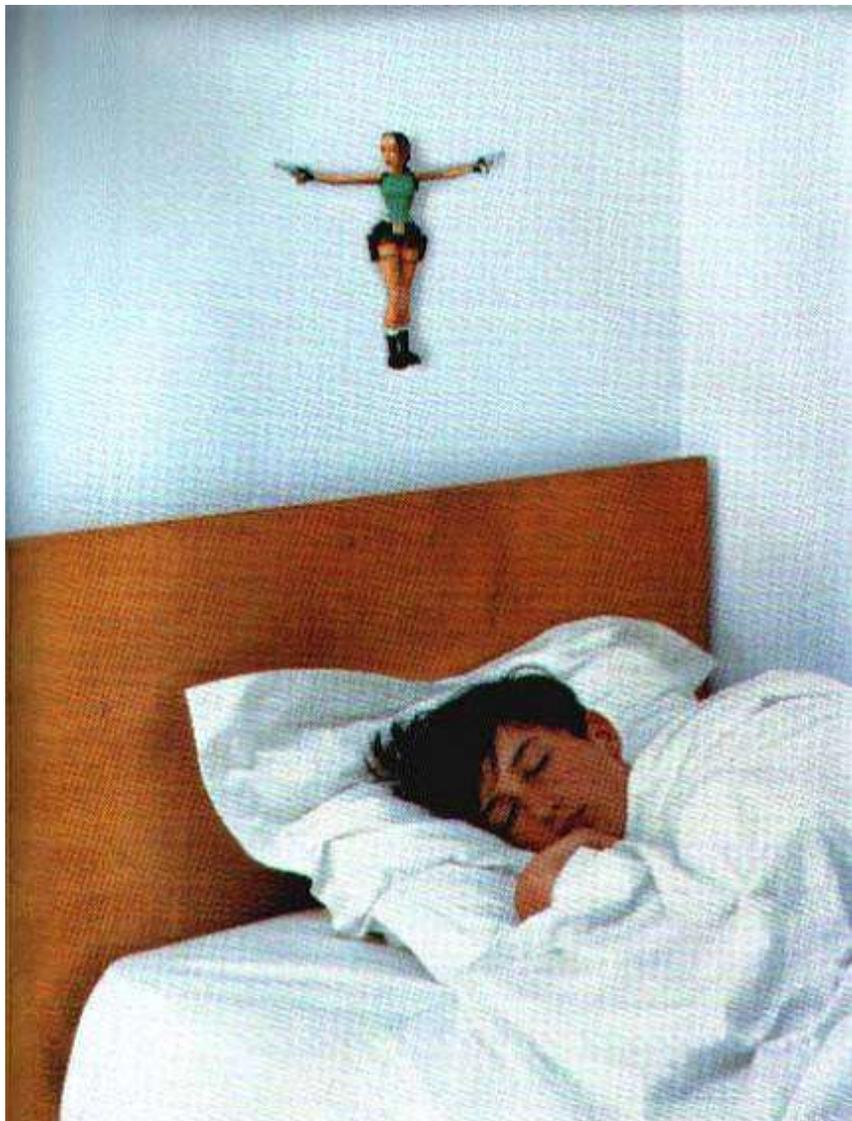
Para quê?



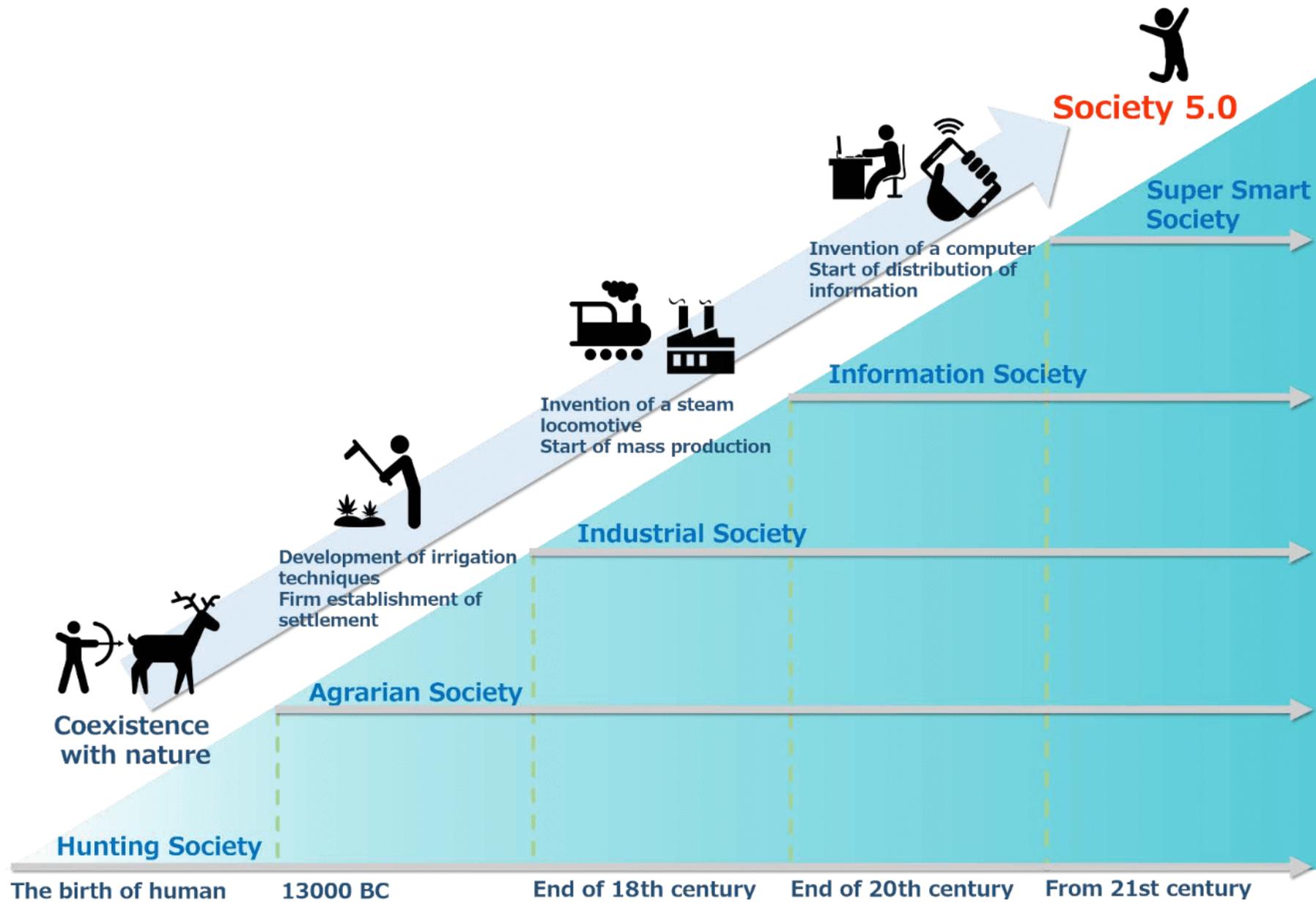
**NOVAS REGRAS**

**VERDADES**

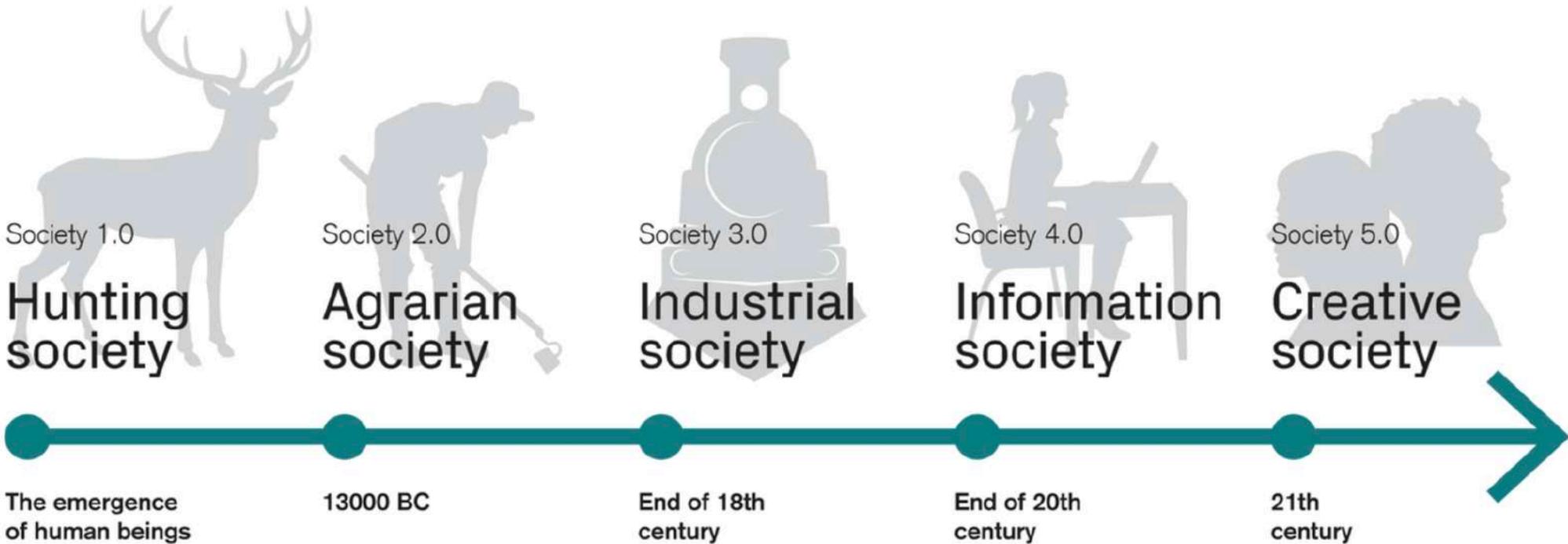
**HÁBITOS**







# Society of the future



Source: Keidanren

2 tipos de Reframing

```
graph TD; A[2 tipos de Reframing] --> B[Reframing de Contexto]; A --> C[Reframing de Conteúdo];
```

Reframing de Contexto

Reframing de Conteúdo

2 tipos de Reframing

```
graph TD; A[2 tipos de Reframing] --> B[Reframing de Contexto]; A --> C[Reframing de Conteúdo];
```

Reframing de Contexto

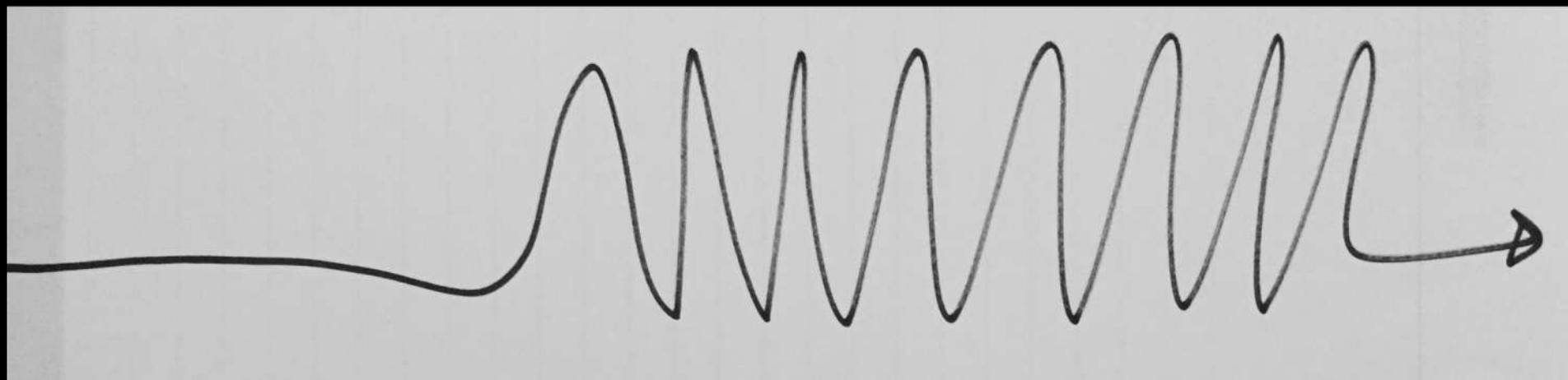
Reframing de Conteúdo

# A TRANSFORMAÇÃO DO MUNDO

SEC XIX

SEC XX

SEC XXI



De:

LINEAR

ESTÁVEL

PREVISÍVEL

'SÓLIDO'

Para:

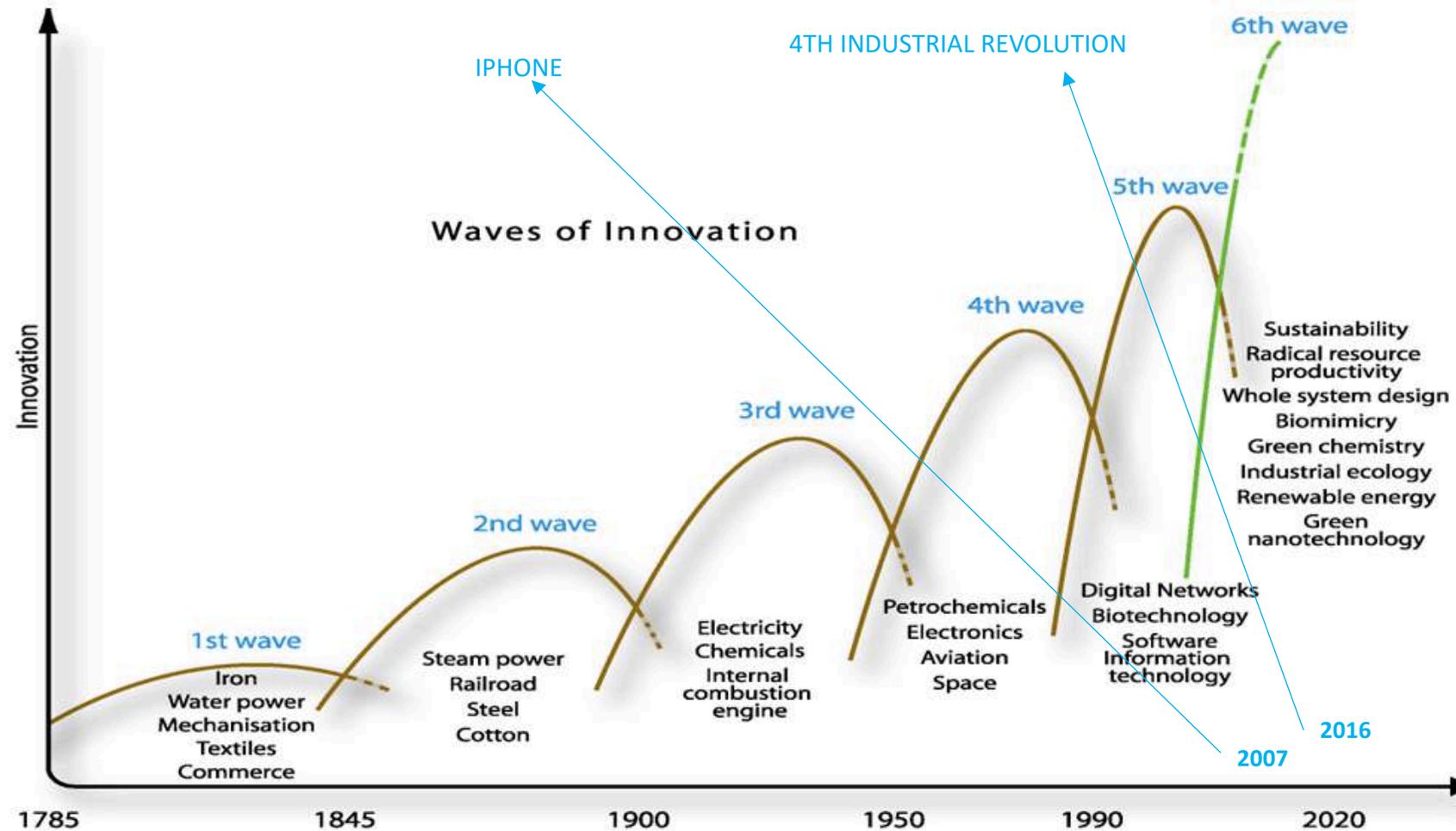
EXPONENCIAL

INSTÁVEL

IMPREVISÍVEL

'LÍQUIDO'

*Innovation is the central issue in economic prosperity.*  
**Michael Porter, Harvard Business School**



Source: The Natural Edge Project

The Natural Advantage of Nations (Vol.I): Business Opportunities, Innovation and Governance in the 21<sup>st</sup> Century

<http://www.naturaledgeproject.net/>



Baseada na introdução de equipamentos de produção mecânicos impulsionados por água e energia do vapor.

Primeiro tear mecânico, 1784.

Baseada na produção em massa que se alcança graças ao conceito de divisão de tarefas e ao uso da energia elétrica.

Primeira correia transportadora em um matadouro em Cincinnati, 1870.

Baseada na utilização de eletrônica e informática (TI) para promover a produção automatizada.

Primeiro controlador lógico programável (CLP) Modicon 084, 1969.

Baseada no uso de sistemas físicos cibernéticos (cyber physical systems – CPS).

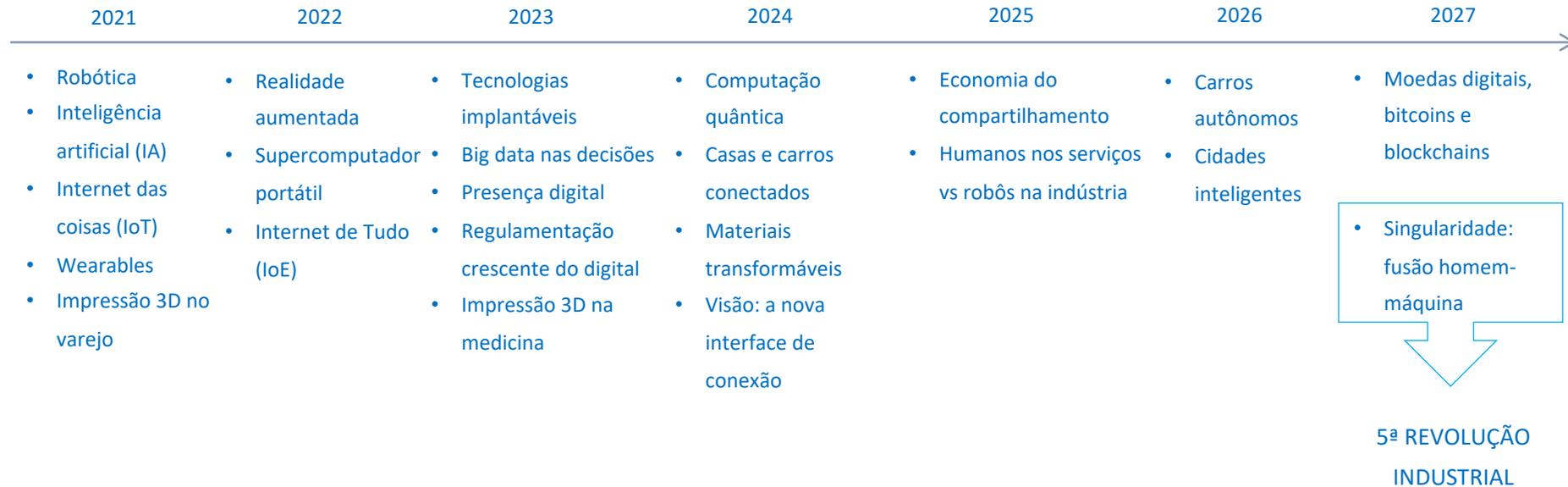
Indústria conectada, fábricas inteligentes (smart factories), 2016.

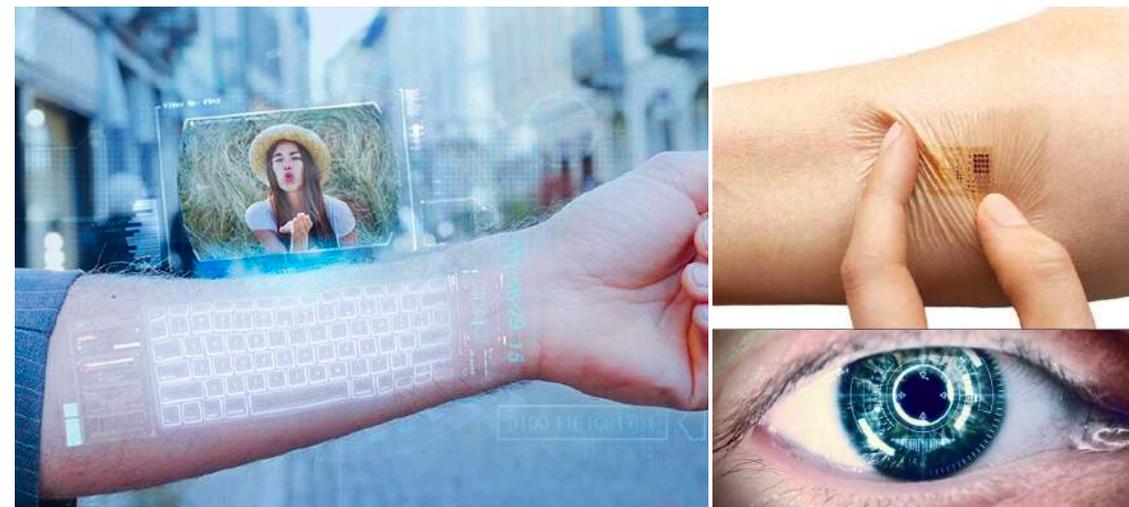
O PODER DA TECNOLOGIA E DA CONECTIVIDADE

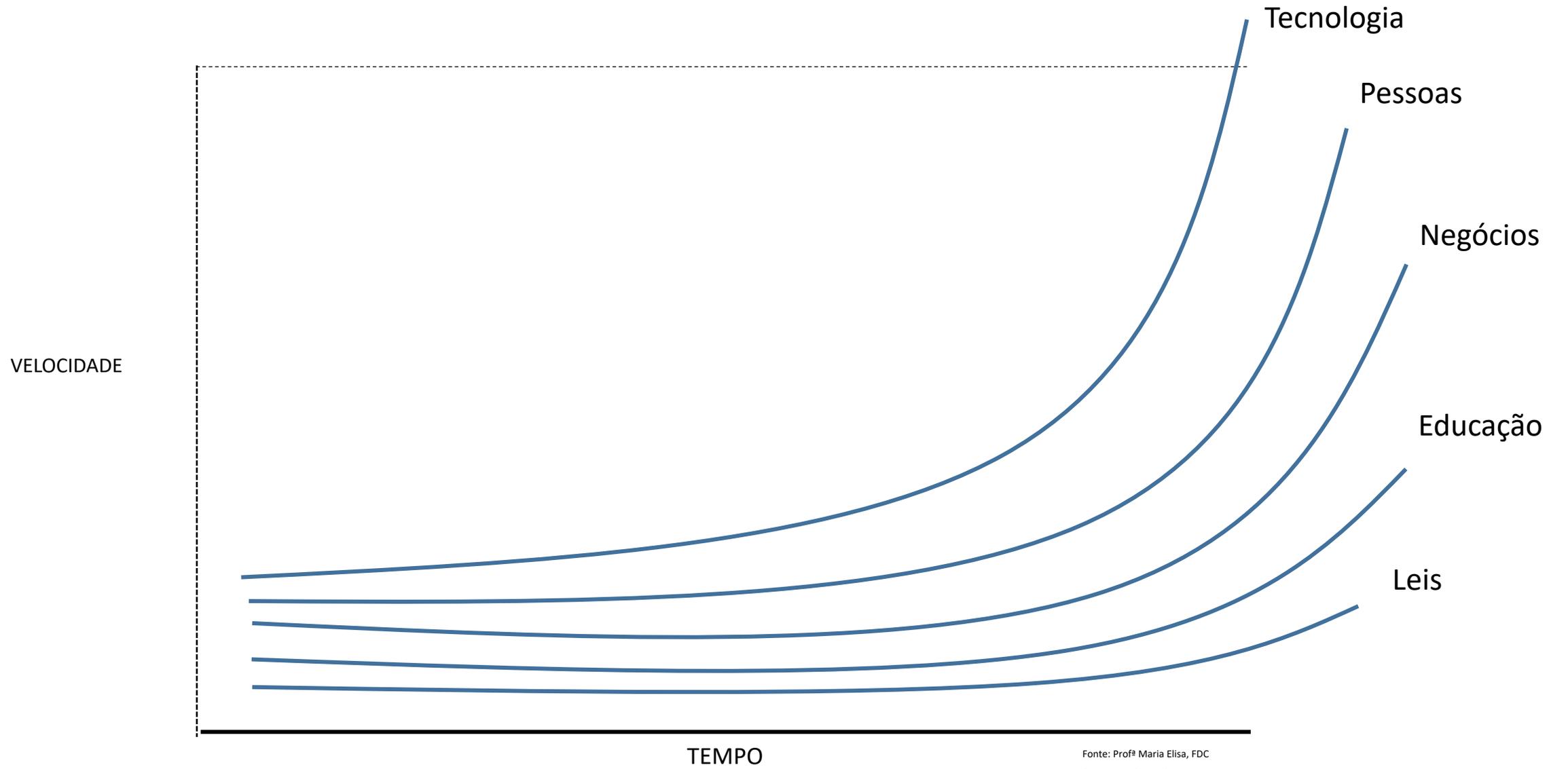
# A GRANDE TRANSFORMAÇÃO

## 4ª REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Adapt: Inova Consulting







Fonte: Profª Maria Elisa, FDC  
Adaptação: Inova Consulting

2 tipos de Reframing

Reframing de Contexto

Reframing de Conteúdo

# 2019 *This Is What Happens In An Internet Minute*

#innovation  
#trend

## 2018 *This Is What Happens In An Internet Minute*



*Coisas que não existiam*  
há 15 anos:

iPhone

Netflix (Streaming)

Google Chrome

Pinterest

Facebook

Google Maps

WhatsApp

AirBnB

YouTube

Uber

Waze

Alexa

Instagram

Android

Dropbox

Spotify

iPad

App Store

Kindle

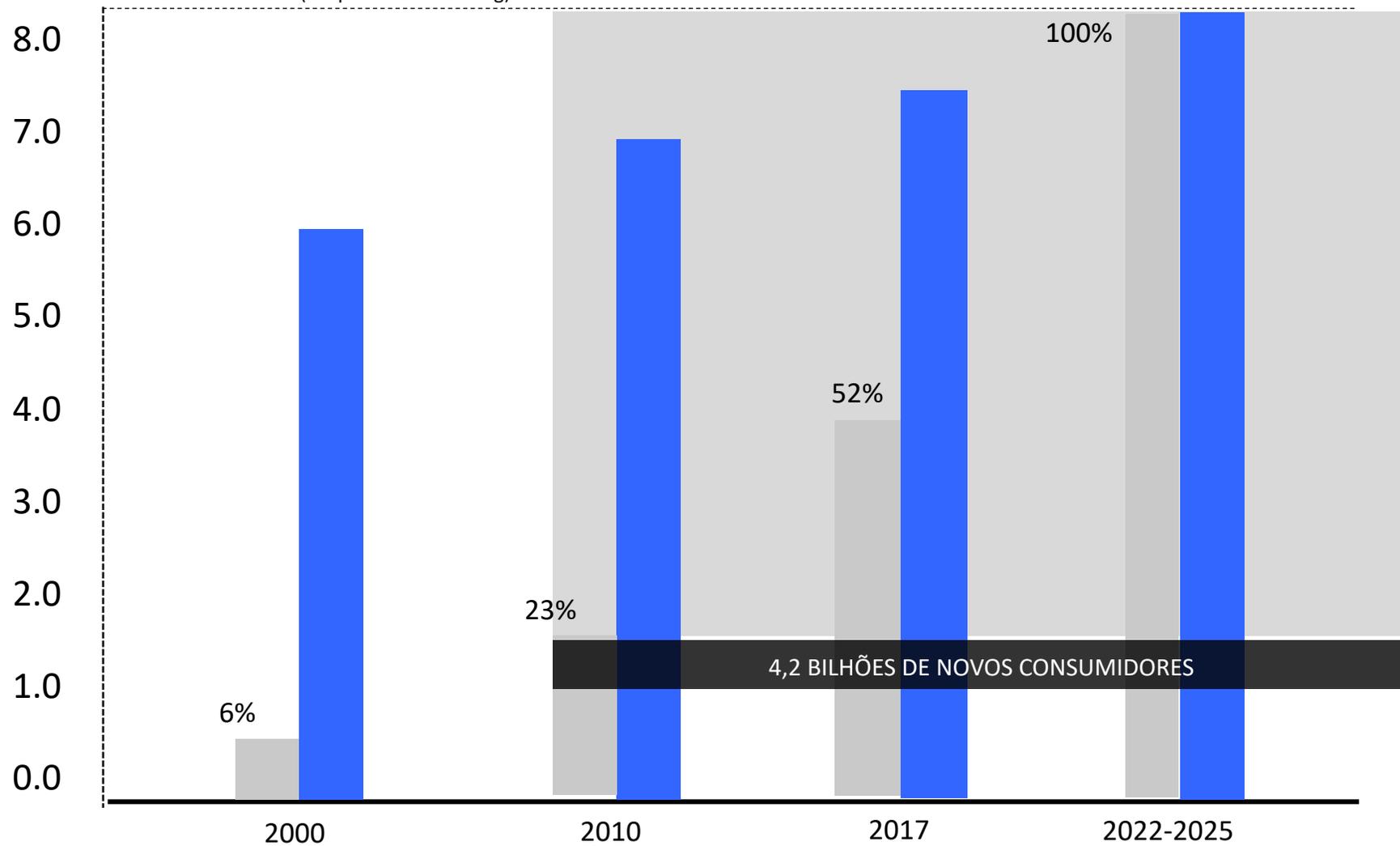
Twitter

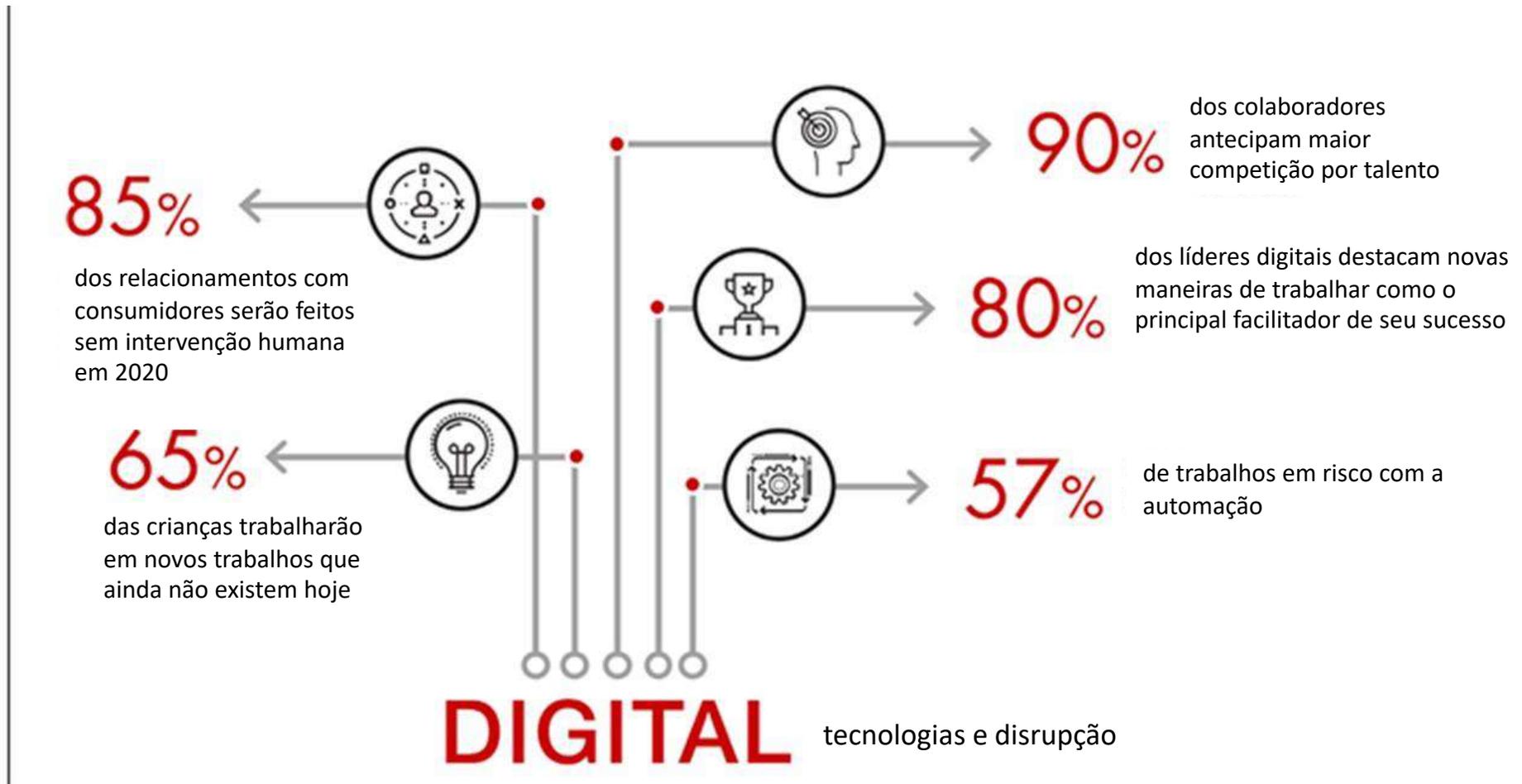
# FORÇA DA POPULAÇÃO CONECTADA

POPULAÇÃO GLOBAL

POPULAÇÃO CONECTADA

POPULAÇÃO GLOBAL (BILHÕES)  
Fonte: PHD Ventures (adap. Inova Consulting)





Source: World Economic Forum/Bain & Company

## Clientes

### Mais exigentes

Expectativas aumentadas:  
conveniência, flexibilidade e  
personalização dominam

### Diversificados

Crescimento das mulheres na força de  
trabalho, diversas gerações nas  
empresas, crescimento do poder dos  
Millennials, multitasks, conectados



### Mais hedonistas

É tudo sobre mim, meu bem-estar e  
minha realização

### Mais sofisticados

Classes emergentes com mais necessidades (serviços  
financeiros), clientes mais atentos e  
conhecedores de tudo, mais exigentes



VELOCIDADE QUE DOBRA O  
CONHECIMENTO HUMANO

1900 – 100 ANOS

1945 – 25 ANOS

2014 – 13 MESES

2020 – 12 HORAS

Reframing

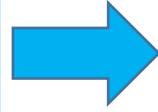
Reframing de  
Contexto

Reframing de  
Conteúdo

Past | Present | **Future View**

## Mindset Orientado pelo Passado

Past View

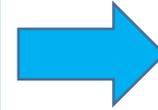


- Os melhores dias ficaram lá atrás (no meu tempo...)
- O futuro tem menos oportunidades
- A mudança está acontecendo muito rápida
  - Digitalização é perda de tempo
  - Resistência à mudança
  - Acredita e prefere processos manuais



## Mindset Orientado pelo Presente

Present View

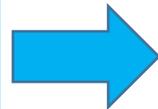


- Dá para gerenciar o ritmo da mudança
- O que temos hoje entrega o que precisamos
- Acompanhando o ritmo dos colegas (na média)
  - Digitalização é necessária, mas não urgente
  - Ver para crer
  - Usa processos manuais e digitais



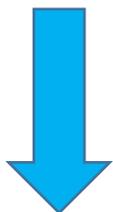
## Mindset Orientado pelo Futuro

Future View



- Atualizado sobre o mundo 4.0
- Na linha de frente das mudanças e evoluções
- O futuro não está acontecendo rápido o suficiente
  - Digitalização é crítica e urgente
  - Protagonista da mudança
  - Usa e prefere processos digitais

Reframing



Future View

# Princípio de Future View

A forma como você vê o futuro condiciona e influencia a forma como você se comporta hoje.

E a forma como você se comporta hoje determinará o seu futuro.

Estar consciente do seu futuro representa possuir uma ferramenta estratégica poderosa no Reframing de tomada de decisão (*Trend Future View*).

O SEU *FUTURE VIEW* DETERMINA O SEU *FUTURE YOU*

Ficou claro que o *Future View* da BlackBerry era muito diferente do *Future View* da Apple; a Blockbuster tinha um *Future View* diferente do *Future View* da Netflix; Apple e Netflix mapearam o futuro; BlackBerry e Blockbuster não.

Se conseguir definir e desenhar o seu *Future View* você conseguirá desenhar o seu Futuro.

Como está sendo gerenciado o Future View de seus colaboradores, clientes, parceiros de negócio, vendedores...? Se você não está gerenciando isso alguém está...

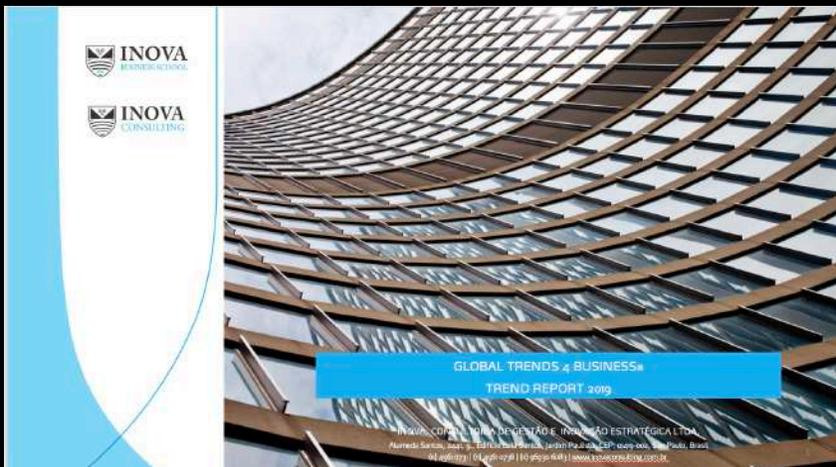
# Fontes de Tendências

## EMPRESAS DE PESQUISA

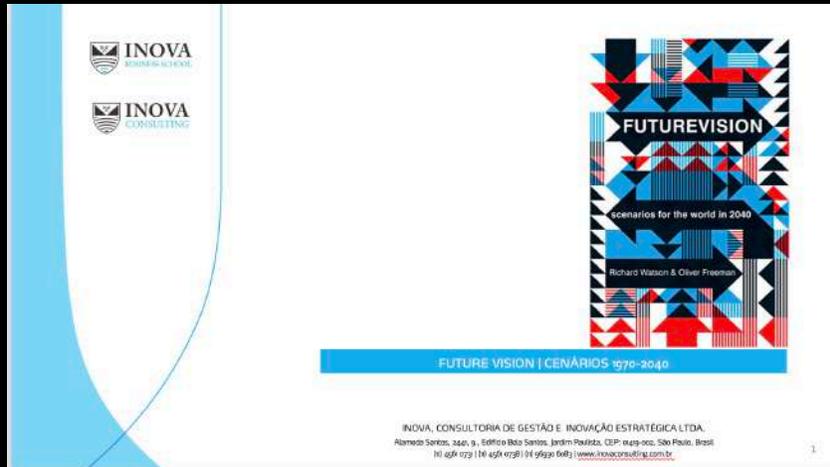
- Brain Reserve – [www.brainreserve.com](http://www.brainreserve.com)
- Burrus Research – [www.burrus.com](http://www.burrus.com)
- TrendsActive – [www.trendsactive.com](http://www.trendsactive.com)
- Trend Wolves – [www.trendwolves.com](http://www.trendwolves.com)
- Trend Alert – [www.trendalert.me](http://www.trendalert.me)
- Cool Hunter – [www.thecoolhunter.net](http://www.thecoolhunter.net)
- Cool Hunting – [www.coolhunting.com](http://www.coolhunting.com)
- Science of the Time – [www.scienceofthetime.com](http://www.scienceofthetime.com)
- Trend Hunter – [www.trendhunter.com](http://www.trendhunter.com)
- Trend Watching – [www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)
- Shaping Tomorrow – [www.shapingtomorrow.com](http://www.shapingtomorrow.com)
- Springwise – [www.springwise.com](http://www.springwise.com)
- JWTintelligence – [www.jwtintelligence.com](http://www.jwtintelligence.com)
- PSFK – [www.psfk.com](http://www.psfk.com)
- What´s Next – [www.nowandnext.com](http://www.nowandnext.com)

## EMPRESAS DE CONSULTORIA

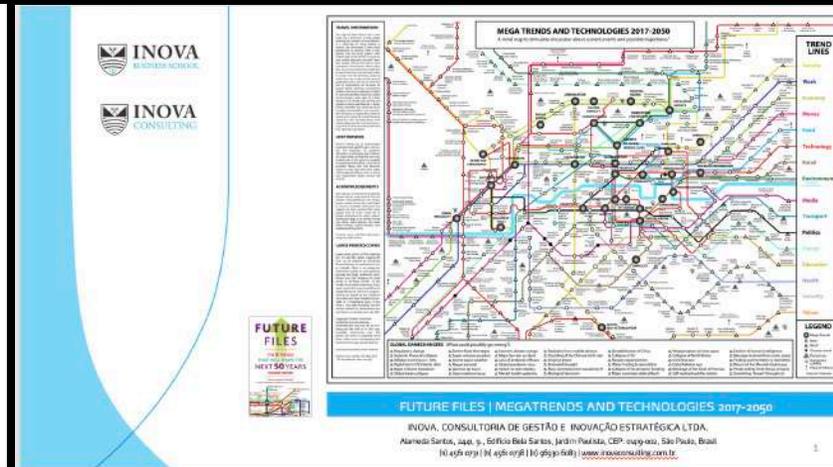
- BCG perspectives – <https://www.bcg.com/bcg-henderson-institute/thought-leadership-ideas.aspx>
- Strategy & PWC – <https://www.strategyand.pwc.com/industry-trends#2018>
- McKinsey Blog – <https://www.mckinsey.com/about-us/new-at-mckinsey-blog>
- Accenture Fjord – <https://www.accenture.com/br-pt/insight-fjord-trends>
- Business Insider Research - <https://www.businessinsider.com/research>
- Inova Consulting – <http://www.inovaconsulting.com.br/downloads/>



Global Trends 4 Business



Timeline 1970-2040



Timeline 2017-2050



Whats Next 2020-2030



A 4ª Revolução Industrial & o Shifts de Mudança



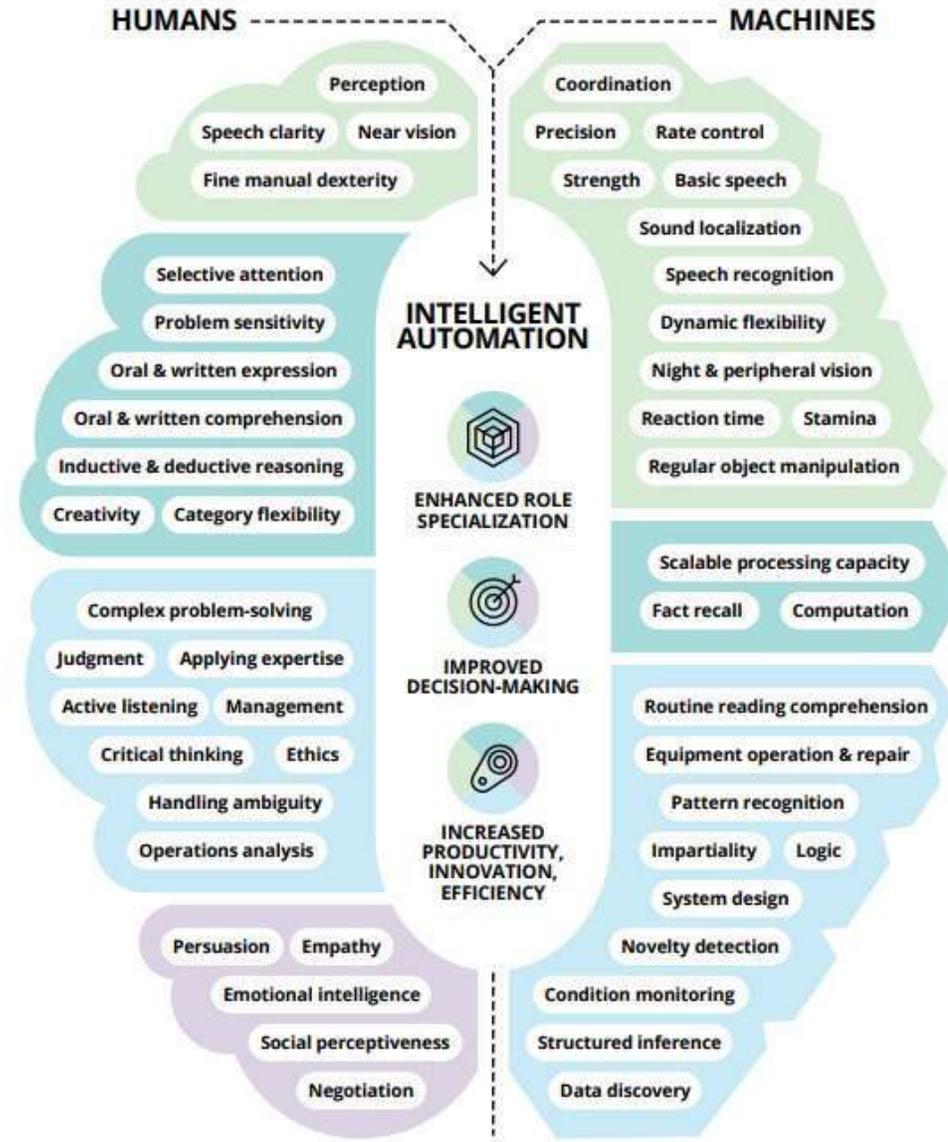
As 50 Ideias do Futuro

Reframing

Framework

### Figure 1. A new mind-set for the no-collar workforce

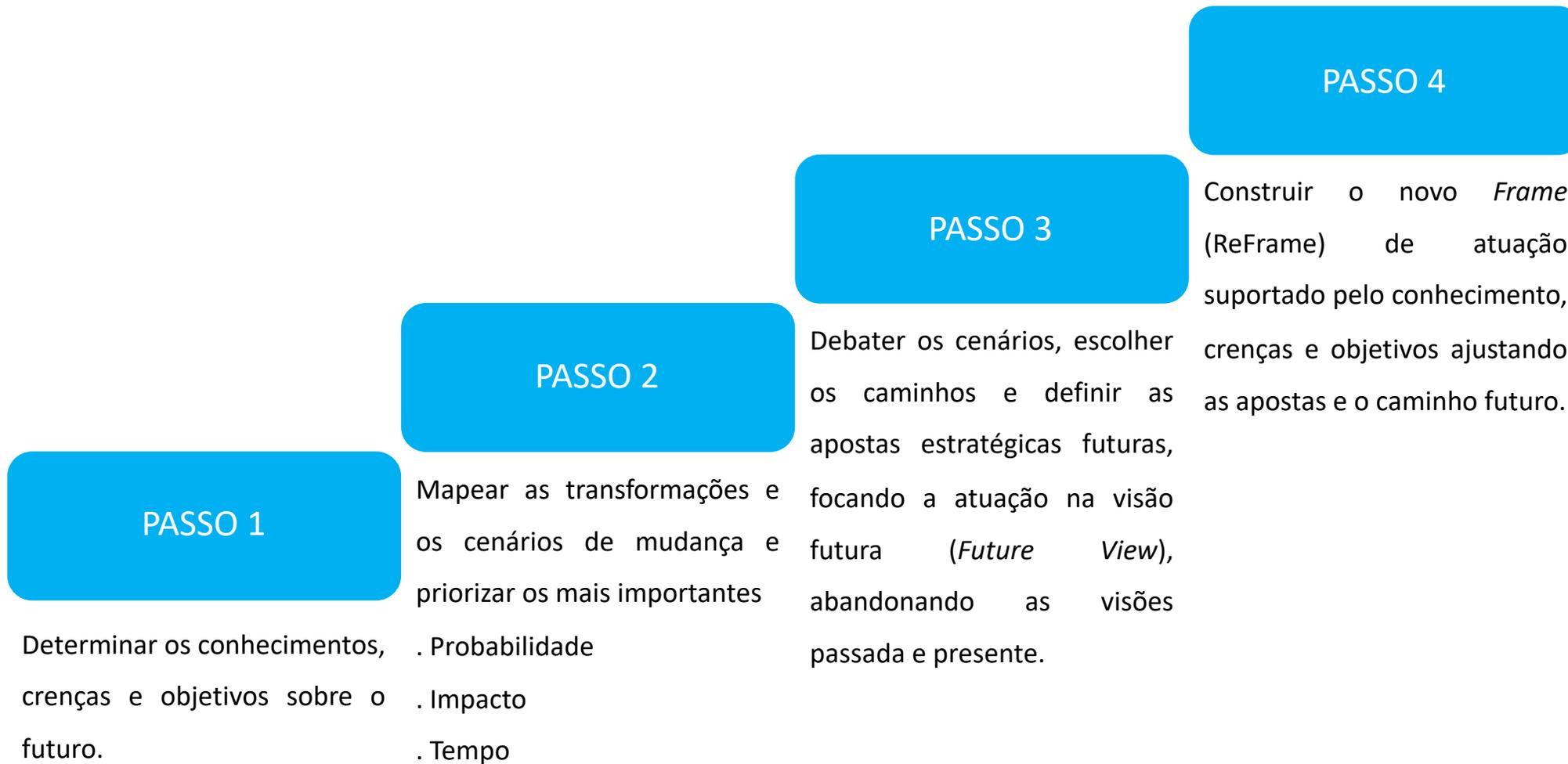
Humans and machines can develop a symbiotic relationship, each with specialized skills and abilities, in a unified workforce that delivers multifaceted benefits to the business.



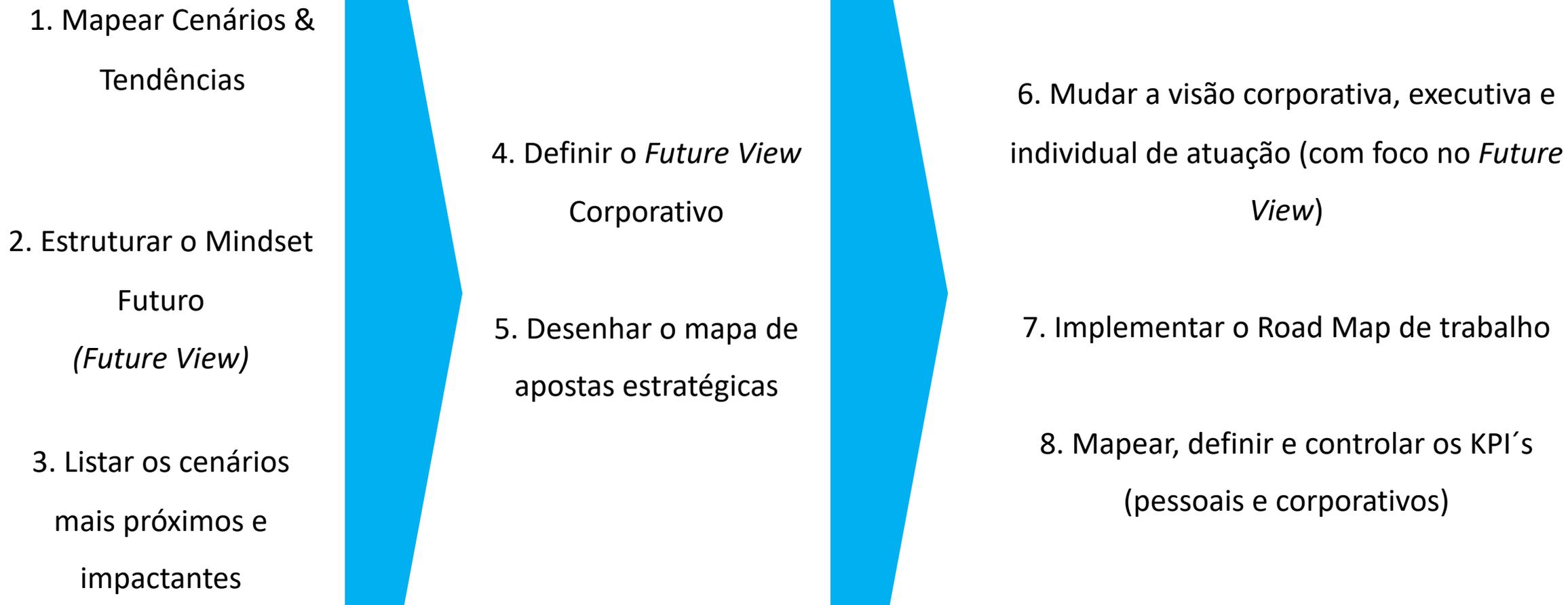
Sources: Deloitte LLP, *Talent for Survival: Essential skills for humans working in the machine age*, 2016; Deloitte LLP, *From brawn to brains: The impact of technology on jobs in the UK*, 2015; Jim Guszczka, Harvey Lewis, and Peter Evans-Greenwood, *Cognitive collaboration: Why humans and computers think better together*, Deloitte University Press, January 23, 2017; Carl Benedikt Frey and Michael A. Osborne, *The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?*, University of Oxford, September 17, 2013; O\*NET, US Department of Labor.

Deloitte Insights | [Deloitte.com/insights](https://deloitte.com/insights)

## OS 4 PASSOS DO REFRAMING



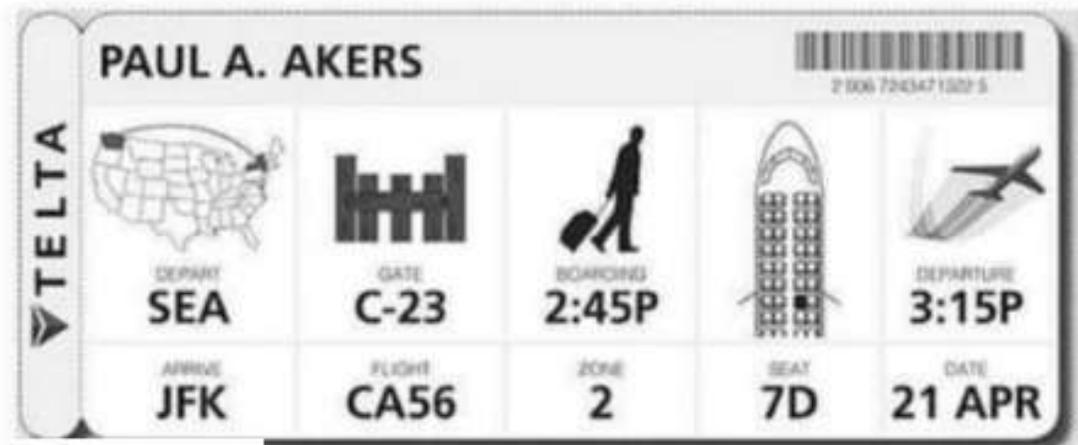
## FRAMEWORK DO REFRAMING

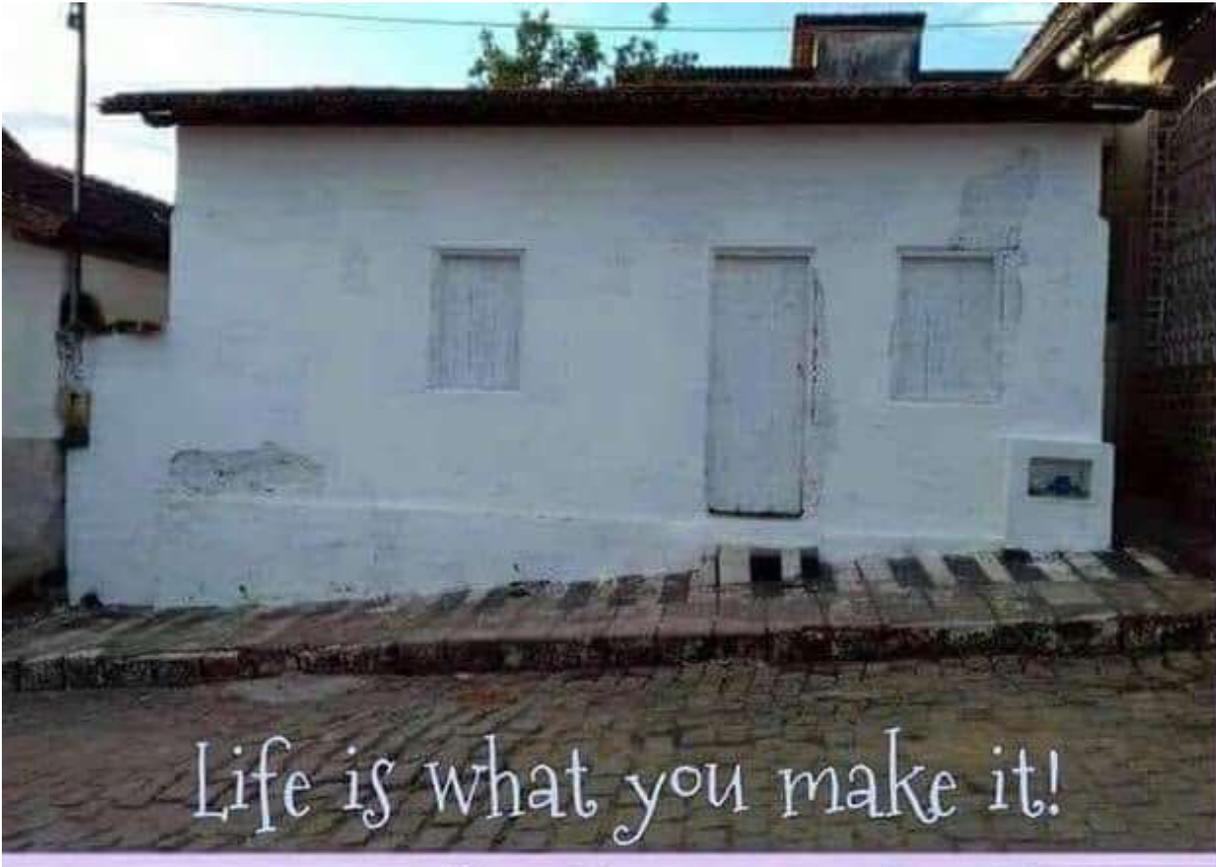


### THIS IS A BOARDING PASS:



### THIS IS A LEAN BOARDING PASS:







**Blue** – Go to 15  
years into the  
future with \$50  
million.

**Red** – Start your  
life anew at the  
age of 10 with all  
the knowledge that  
you have now.

*@Finest.Inventions*



“NÃO É O MAIOR NEM O MAIS FORTE QUE SOBREVIVE,  
MAS O QUE MELHOR SE ADAPTA”

(Charles Darwin)







“Os analfabetos do século 21 não serão aqueles que não sabem ler e escrever, mas aqueles que não sabem aprender, desaprender e reaprender.” *Alvin Toffler*



# IFV | Equação do futuro

ÍNDICE DE FUTURE VISION

Calcule aqui

[WWW.INOVACONSULTING.COM.BR/DOWNLOADS](http://WWW.INOVACONSULTING.COM.BR/DOWNLOADS)





# OBRIGADO

**INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.**

Alameda Santos, 2441, 9., Edifício Bela Santos, Jardim Paulista, CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil

(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | [www.inovaconsulting.com.br](http://www.inovaconsulting.com.br) | [www.inovabs.com.br](http://www.inovabs.com.br)