

23 a 25 novembro
de **2016**

Riocentro
Rio de Janeiro

MOBILIDADE Inteligente

**PERCEPÇÃO DA SOCIEDADE SOBRE A
QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
E A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS**

Flávia Flamínio | flavia@espm.br



realização



organização feira





MOBILIDADE
Inteligente

O MUNDO E AS EMPRESAS MUDARAM

realização

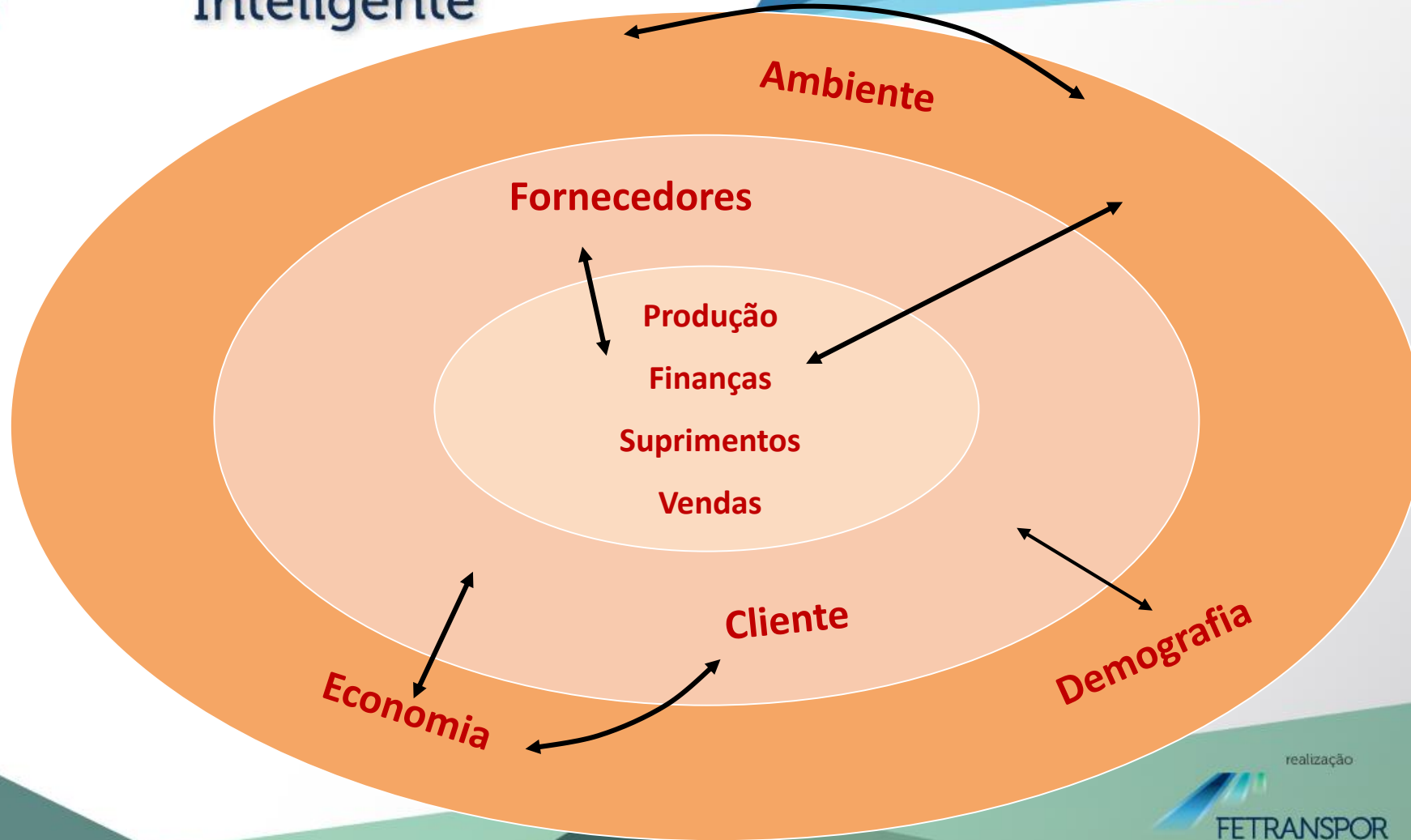
organização feira



O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DA EMPRESA



MOBILIDADE
Inteligente



realização

organização feira



O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DA EMPRESA



O AMBIENTE DE NEGÓCIOS DA EMPRESA



O MUNDO E AS EMPRESAS MUDARAM

- Avanço Tecnológico - Novos negócios = Postura Diferenciada das Empresas
- Padrão da Revolução Industrial = Linear, Compartmentado, Especializado, Lógico, Centralizado

Coexiste

- Padrão da Revolução Digital = Não Linear, Fragmentado, Multidisciplinar, Sistêmico, Distribuído

O MUNDO E AS EMPRESAS MUDARAM

- Mídias Sociais
- Avaliação Mais Constante dos Serviços - Públicos
- Relações Ganha-Ganha = Caminho Sem Volta
- Desenvolvimento da Sociedade

MUDANÇAS GLOBAIS - TENDÊNCIAS



Riqueza nos
países em
desenvolvimento

Destaque para China
Aumento da influência política da Ásia
Necessidade de desenvolvimento em infraestrutura
Maior demanda por produtos básicos

Envelhecimento
da população nos
países ocidentais

Desenvolvimento na área da saúde
População mais inteligente e mais saudável

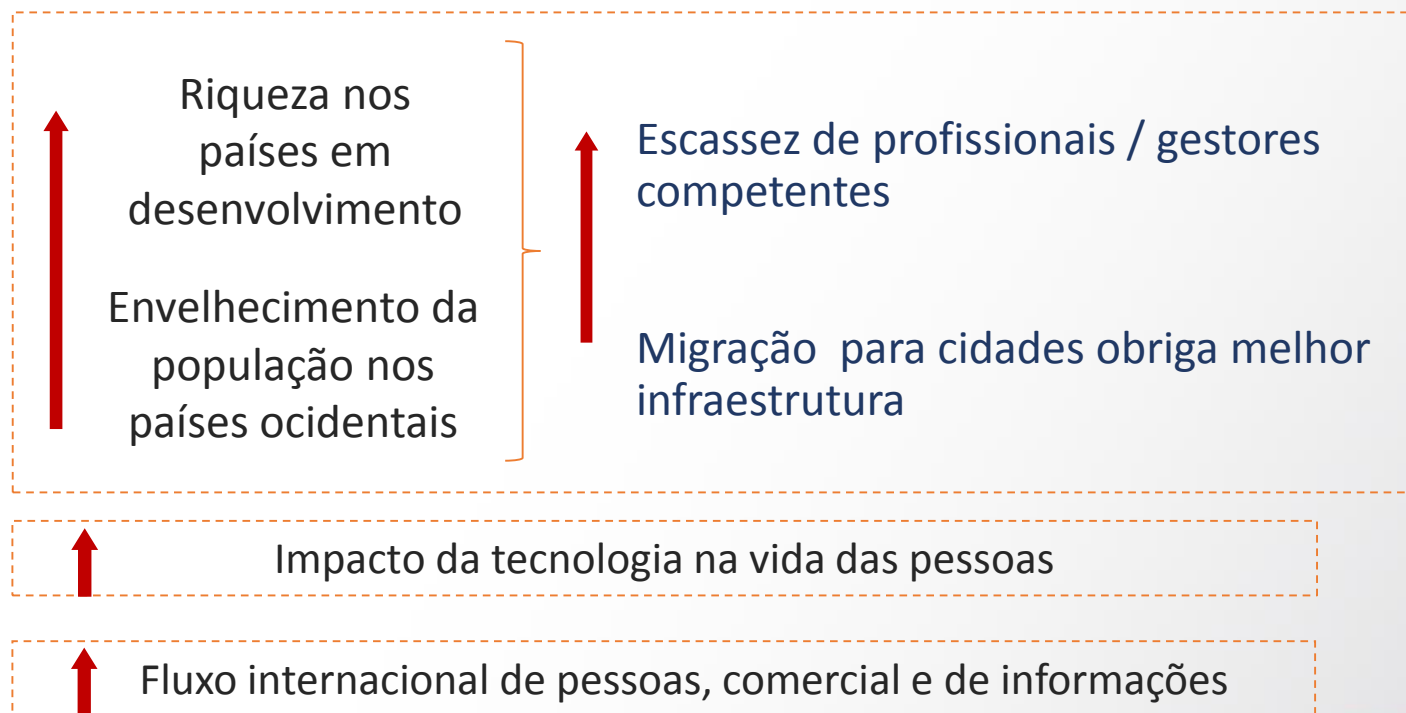


Impacto da tecnologia na vida das pessoas



Fluxo internacional de pessoas, comercial e de informações

MUDANÇAS GLOBAIS - TENDÊNCIAS



MUDANÇAS GLOBAIS

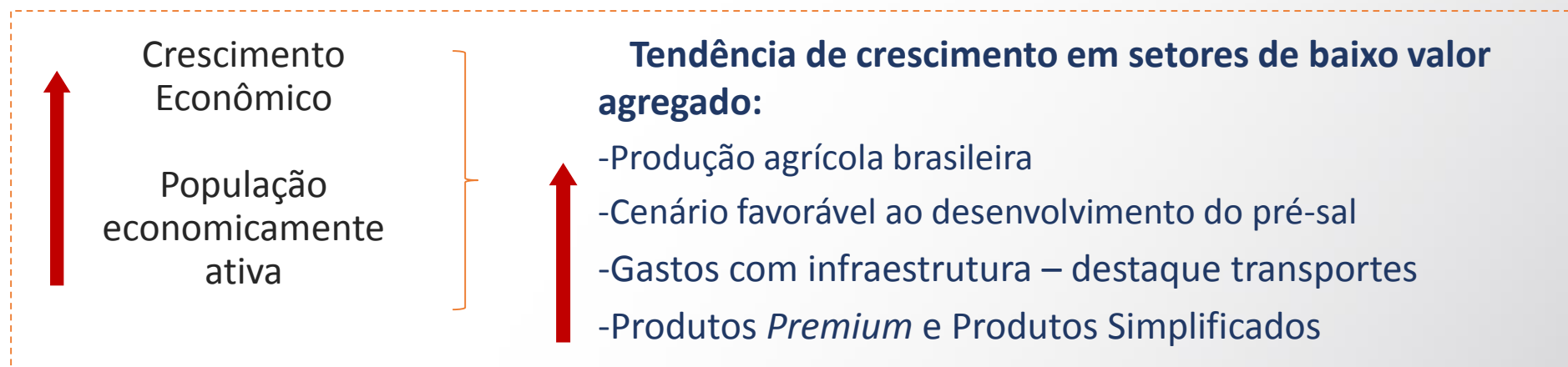
TENDÊNCIAS – POTENCIAIS PLATAFORMAS DE INOVAÇÃO

- Nanotecnologia
- Biotecnologia / Genômica
- Inteligência artificial
- Robótica
- Conectividade onipresente
- Encriptação de dados

realização

organização feira

MUDANÇAS GLOBAIS - TENDÊNCIAS BRASIL



MUDANÇAS GLOBAIS - TENDÊNCIAS BRASIL

- 3º Maior crescimento dos BRICS
- 68% Da população em idade ativa
- Urbanização crescente
- Crescimento da privatização das estradas ➡ Parcerias público-privadas

INOVAÇÃO

- Economia colaborativa
- Relação ganha – ganha
- Experiências de impacto → Cliente se sentir parte do todo

INOVAÇÃO

- É matéria-prima para geração de valor
- Não é invenção
- É solução para um problema que traz resultado de valor significativo

Realidade do Mercado Mudando na Mesma Velocidade do Avanço Tecnológico

FUNDAMENTAL:

1. Olhar as Mudanças em Curso
2. Perguntar-se: Está Preparado Para Elas?

Experiência

- É o conjunto das ações relacionadas ao consumo
- “Produto” julgado pela experiência integral
- Simplicidade de acesso

Integração

O acesso ao produto/serviço precisa ser:

- Fácil → Comunicação
- Intuitivo
- Integrado com outras experiências → Apoiado em tecnologia

Confiança

- Transparência (Consumidor ganhou consciência + Acesso à informação)
- Honestidade na comunicação
- Respeito

Será o ativo mais relevante para as marcas

MÍNIMO

- Produzir com Qualidade
- Conduta Correta
- Entregar Bons Serviços/Produtos

VALOR HOJE

- Ética
- Transparência
- Cidadania



COMPLIANCE

COMPLIANCE

- Estar em Conformidade em Relação a Uma Determinada Diretriz
 - Lei
 - Orientação
 - Regra ou Norma

FAZER O CORRETO

Aumenta a Cobrança da Sociedade Por Uma Governança Mais Clara e Transparente Por Parte das Empresas

BRASIL

- Movimento Acelerado Pela Lei Anticorrupção (2013)
- Punições que Vem Ocorrendo no Mundo Empresarial (Lava Jato, Zelotes)

COMPLIANCE

Solução Para Eliminar Fraude e Cumprir Normas

1ª Fase: Pode ser Punida

2ª Fase: Se Acostuma com a Atividade

3ª Fase: Começa a Ver Benefícios que Cumprir Regras Traz Para o Negócio

COMPLIANCE

3ª Fase | **TERÁ VANTAGEM COMPETITIVA SOBRE SEUS CONCORRENTES**

- Redução de Custos
- Controle Melhor do Negócio
- Eliminação de Muitos Riscos

COMPLIANCE

Estamos no Estágio Inicial - Formato Punitivo

Futuro - Ter um Bom Compliance Será a Regra, Não a Exceção

Parte Natural do Negócio

- CINTO DE SEGURANÇA - USO OBRIGATÓRIO

COMPLIANCE

COMO SER EFETIVO NESSA ATIVIDADE?

ÉTICA E CONDUTA

Só Irá Funcionar se Estiver Enraizada na Missão e nos Valores da Empresa

LÍDER EMPRESARIAL

Satisfaz Stakeholders

- Fornecedor
- Funcionário
- Acionista
- Cliente
- Membro da Comunidade

ESPERA-SE ESSA CONSCIÊNCIA ABRANGENTE



MOBILIDADE
Inteligente

OBRIGADA!

Flávia Flamínio | flavia@espm.br



organização feira

