



VIAGEM AO FUTURO DOS SEGUROS MUDANÇA DE MINDSET E INOVAÇÃO

LUIS RASQUILHA | CEO INOVA

(11) 98560 7271 | luis@inovaconsulting.com.br

SINCOR | SP

22 Fevereiro 2019

LUIS RASQUILHA, 43

CEO @ INOVA CONSULTING & @ INOVA BUSINESS SCHOOL

PROFESSOR CONVIDADO @ FIA & @ FUNDAÇÃO DOM CABRAL

COLUNISTA @ RÁDIO CBN | MEMBRO CONSELHEIRO DO G100@ BRASIL



+55 11 98560 7271

LUIS@INOVACONSULTING.COM.BR



10 ANOS DE MERCADO

PRESENÇA EM 3 CONTINENTES
(HQ BRZ)

CLIENTES E PARCEIROS GLOBAIS

REFERÊNCIA EM FUTURO, TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO
(TRENDSINNOVATION)

INOVA CONSULTING

INOVA BUSINESS SCHOOL

SÃO PAULO | BRASIL

01

PESQUISA

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

02

CONSULTORIA

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

03

EDUCAÇÃO

Mba
Pós-mba
Pós-graduação
Masters avançados
Programas in company
Palestras & seminários
Advisor & mentoring
Programas ead (lms)

FUTURO | TENDÊNCIAS | INOVAÇÃO

The background of the image is a complex digital landscape. A central perspective path, composed of a grid of glowing blue and white lines, leads the eye towards a vanishing point in the distance. The path is flanked by a dense network of horizontal and vertical lines in various colors, including blue, purple, red, and yellow, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is that of a high-tech, data-driven environment.

F ast
U rban
T ech
U niversal
R adical
E thical

A close-up photograph of a person's hand adjusting a car's rearview mirror. The hand is positioned on the left side of the frame, with fingers gripping the bottom edge of the mirror's housing. The mirror itself is a standard rectangular, convex mirror with a black frame, mounted on a light-colored, textured plastic housing. The background is a bright, out-of-focus view through a car window, showing green foliage and sunlight filtering through, creating a bokeh effect. The overall lighting is warm and natural.

**SABE POR QUE O RETROVISOR É
MENOR QUE O PARA-BRISAS?**

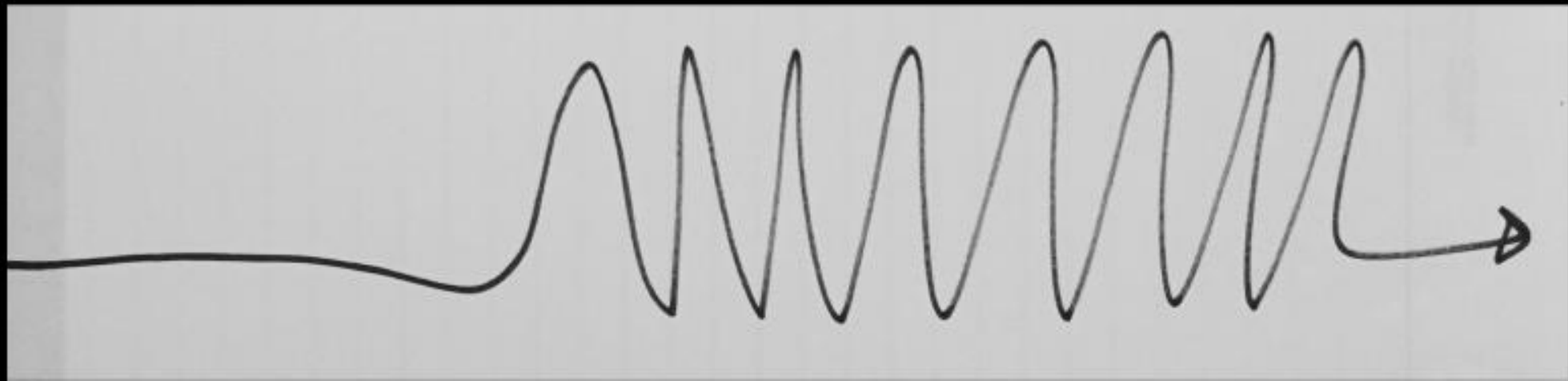
Porque o caminho que vem pela frente é **mais importante** do que o que você deixou para trás!

A TRANSFORMAÇÃO DO MUNDO

SEC XIX

SEC XX

SEC XXI



LINEAR

EXPONENCIAL

ESTÁVEL

INSTÁVEL

PREVISIVEL

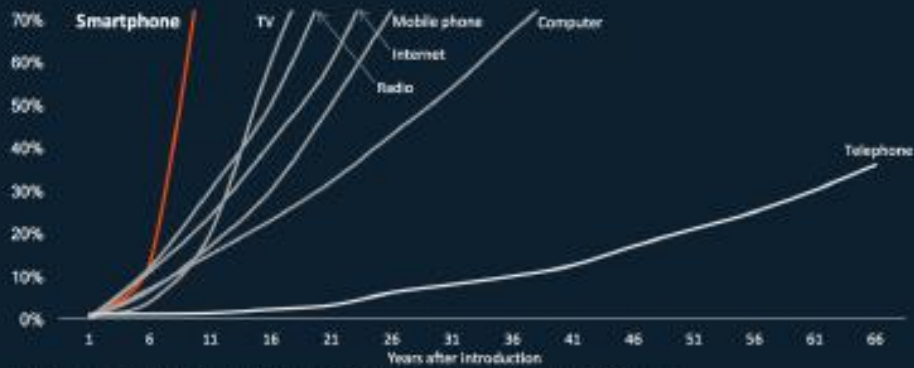
IMPREVISIVEL

'SÓLIDO'

'LIQUIDO'

IT'S THE FASTEST ADOPTED TECH

YEARS IT TAKES TECHNOLOGY TO BE ADOPTED BY X% OF US POPULATION



Note: Market penetration is a percent of US households (telephone, electricity, radio, TV, internet) or percent of US consumers (smartphone, tablet).
Source: BI Intelligence estimates based on historical data from PwC, MIT Review

BI INTELLIGENCE



Jon Erlichman [@JonErlichman](#) · 8h
iPhones sold:

2018: 217.72 million
 2017: 216.76 million
 2016: 211.88 million
 2015: 231.22 million
 2014: 169.22 million
 2013: 150.26 million
 2012: 125.05 million
 2011: 72.29 million
 2010: 39.99 million
 2009: 20.73 million
 2008: 11.63 million
 2007: 1.39 million

Total: 1.5 billion



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 ERA DA CONVERGÊNCIA E DA CONECTIVIDADE



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



\$ 25,6 milhões

Macy's

Best Buy

Sears

Target

Gap

Bog Lots

J. C. Penney

Barnes & Nobles

Bed Bath & Beyond

\$ 24,1 milhões

(combinados)



Jon Erlichman ✓ @JonErlichman · 10h ▾

Instagram valuation:

Valorização do Instagram



Junho 2018: \$ 100 bi

Dezembro 2014: \$ 35 bi

Abril 2012: \$ 1 bi*

Abril 2012: \$ 500 mi

Fevereiro 2011: \$ 32 mi

Outubro 2010: \$ 2,6 mi

(* comprado pelo facebook)



Jon Erlichman ✓ @JonErlichman · 1h

On this day in 2004: Facebook reaches 1 million users

Número de usuários do Facebook

2018:	2,3Bi
2017:	2,1Bi
2016:	1,9Bi
2015:	1,6Bi
2014:	1,4Bi
2013:	1,2Bi
2012:	1,1Bi
2011:	845M
2010:	608M
2009:	360M
2008:	145M
2007:	58M
2006:	12M
2005:	6M
2004:	1M



OS 3 MAIORES MEDOS DAS NOVAS GERAÇÕES



VIDA + SOFTWARE + HARDWARE

lifeware

**EVOLUÇÃO
DA ESPÉCIE**











de WWW para WWW

de WORLD WIDE WEB para WHAT WE WANT

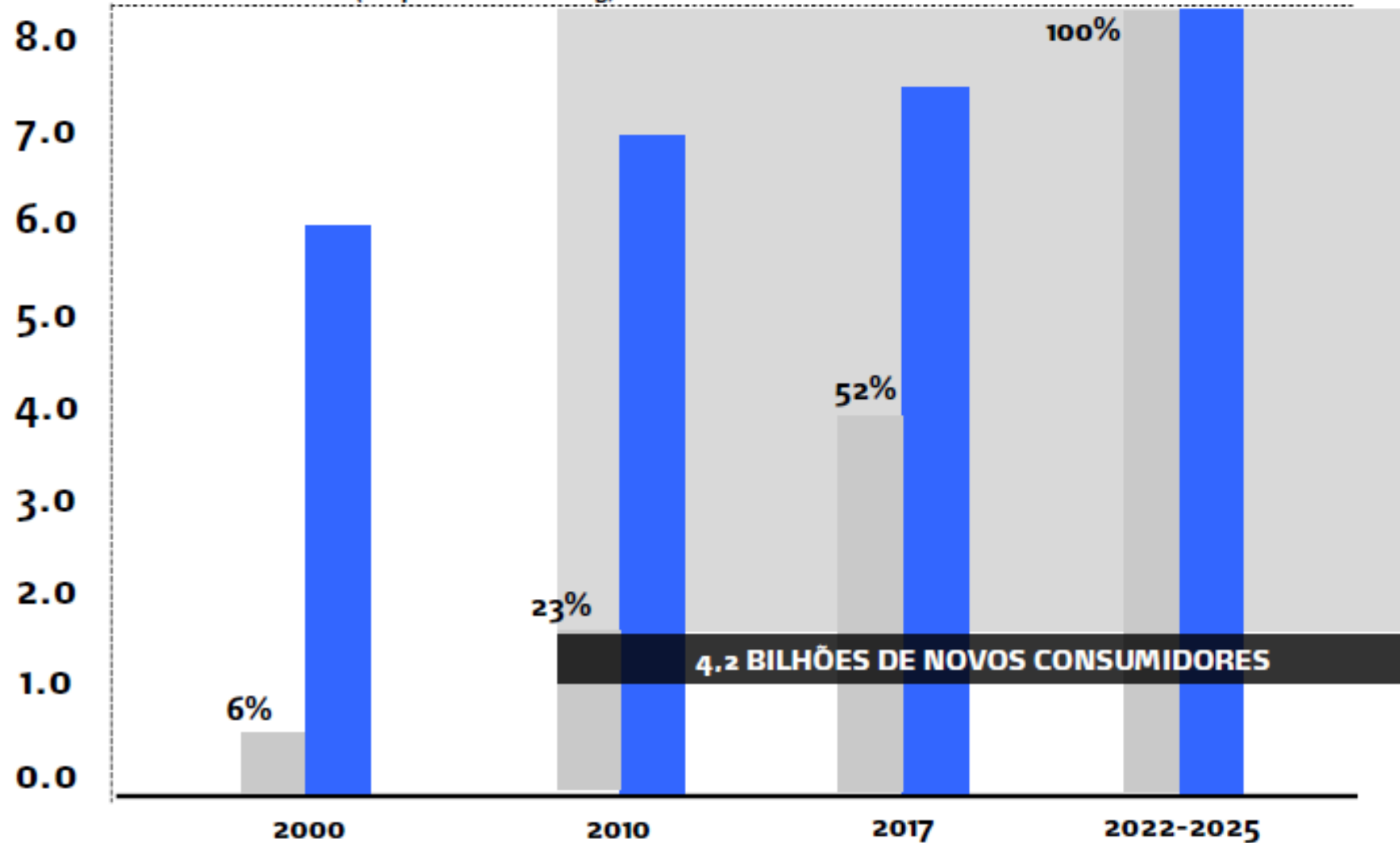
FORÇA DA POPULAÇÃO CONECTADA

POPULAÇÃO GLOBAL

POPULAÇÃO GLOBAL (BILHÕES)

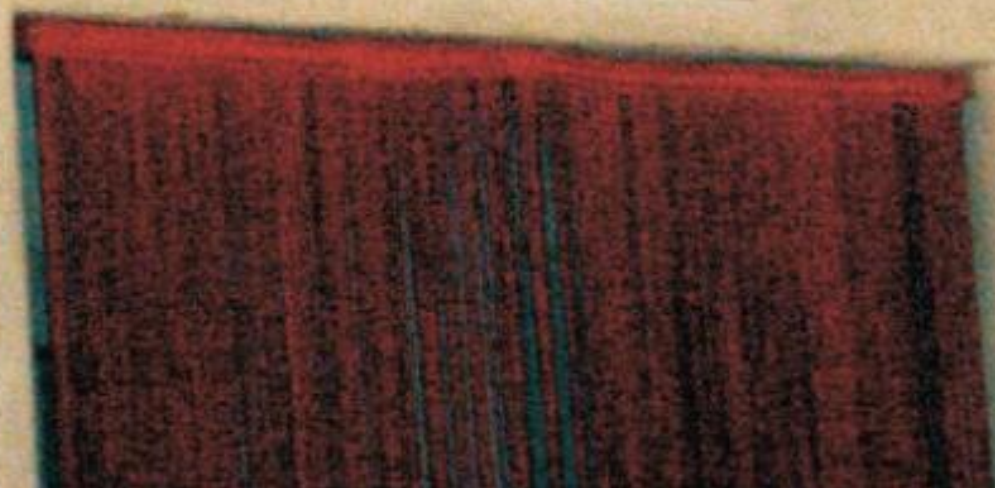
Fonte: PHD Ventures (adap. Inova Consulting)

POPULAÇÃO CONECTADA



THE WORLD BECAME A BIG NET

WWW.C.



10 Países mais populosos



2,3Bi



1,3Bi



1,9Bi



1,296Bi



0,329Bi



1,5Bi



1,058Bi



0,262Bi



1,384Bi



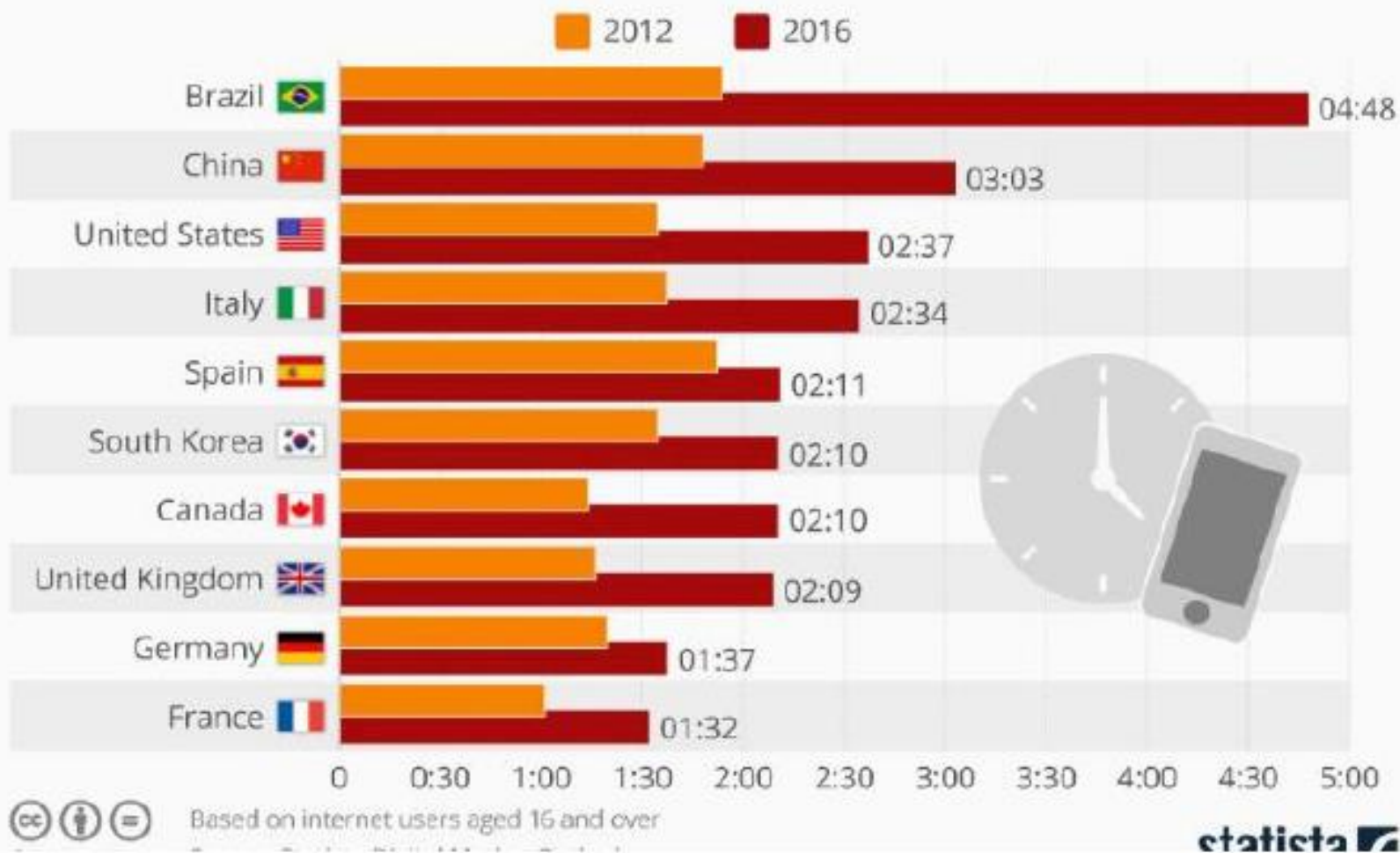
1Bi



0,208Bi

Smartphone Addiction Tightens Its Global Grip

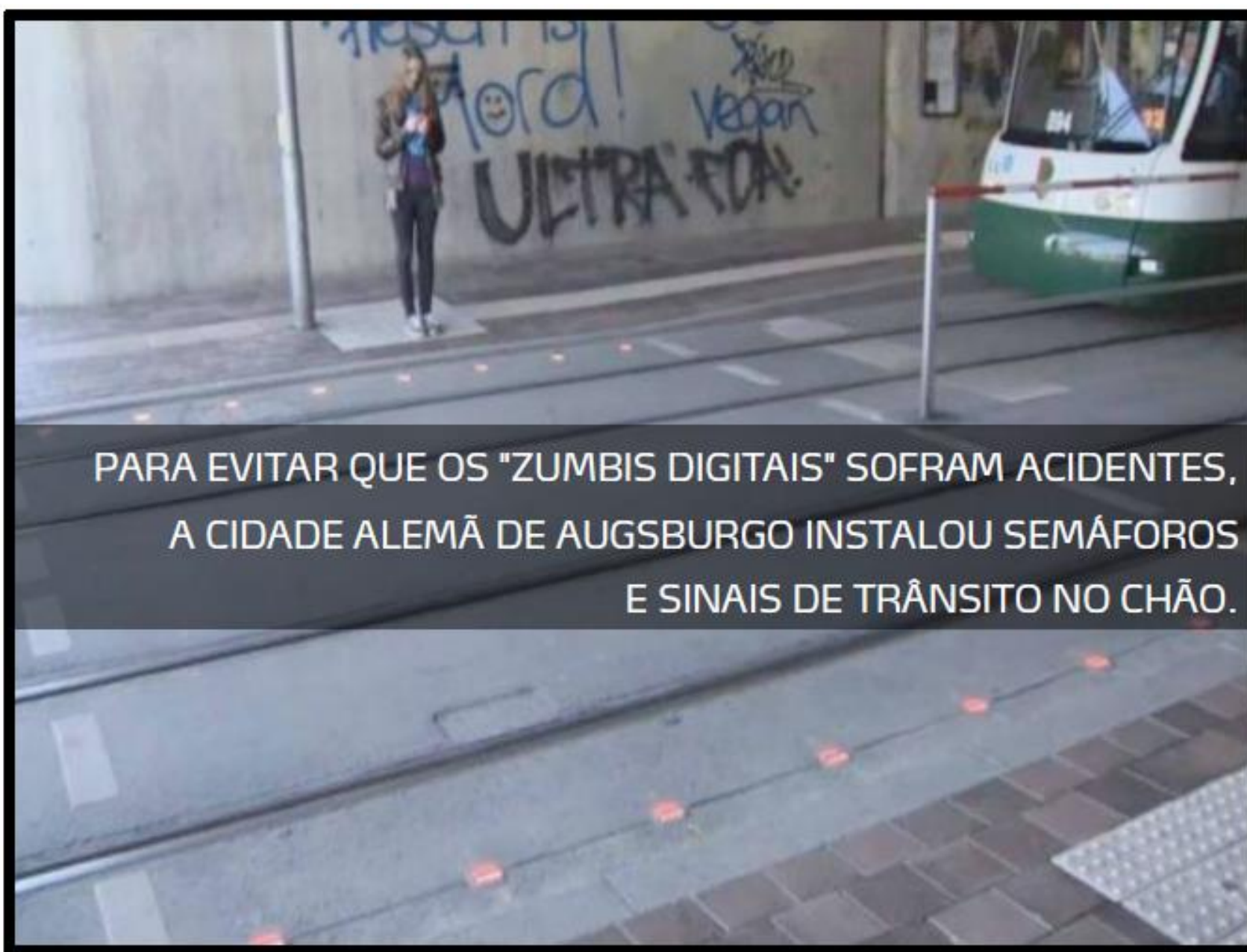
Hours per day spent online via a mobile device, per user



NECESSIDADES BÁSICAS DO HOMEM







PARA EVITAR QUE OS "ZUMBIS DIGITAIS" SOFRAM ACIDENTES,
A CIDADE ALEMÃ DE AUGSBURGO INSTALOU SEMÁFOROS
E SINAIS DE TRÂNSITO NO CHÃO.



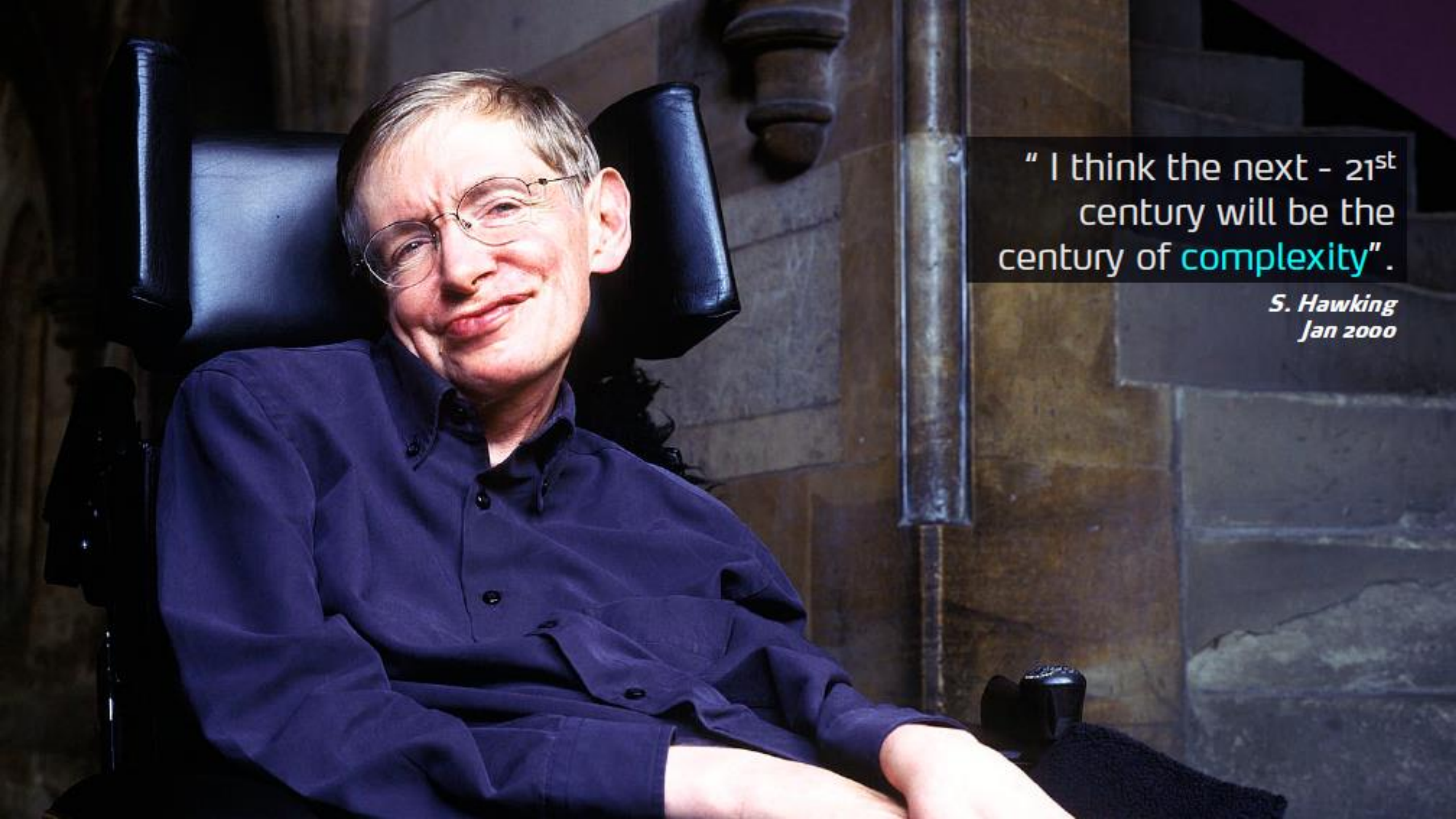
**VELOCIDADE A QUE DOBRA O
CONHECIMENTO HUMANO**

1900 – 100 ANOS

1945 – 25 ANOS

2014 – 13 MESES

2020 – 12 HORAS

A photograph of Stephen Hawking sitting in a black wheelchair. He is wearing a dark blue long-sleeved button-down shirt and glasses. He has a slight smile and is looking towards the camera. The background is a stone wall with a metal pole and some architectural details. A quote is overlaid on the right side of the image.

“ I think the next - 21st
century will be the
century of **complexity**” .

*S. Hawking
Jan 2000*

1 Bi de clientes.
Alguém
consegue parar
o rei da
telefonía?



"A preocupação dos investidores em relação à ameaça das novas tecnologias é exagerada."

QUEM DISSE ISSO?

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 RAPPPI

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

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



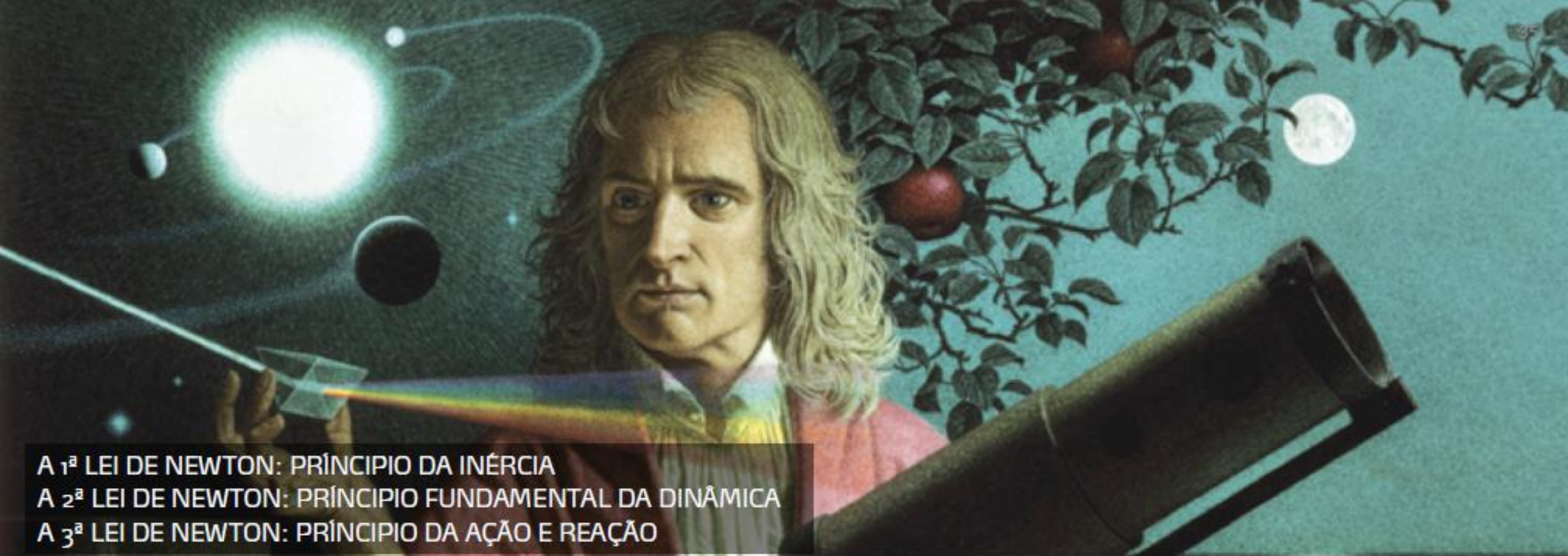
Isso não vai
funcionar
aqui



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



Não seja muito
sonhador



A 1ª LEI DE NEWTON: PRÍNCÍPIO DA INÉRCIA

A 2ª LEI DE NEWTON: PRÍNCÍPIO FUNDAMENTAL DA DINÂMICA

A 3ª LEI DE NEWTON: PRÍNCÍPIO DA AÇÃO E REAÇÃO

A 4ª LEI DE NEWTON: PRINCÍPIO DA ESTABILIDADE REGULAR

UM CORPO EM REPOUSO, CONTINUARÁ EM REPOUSO, SE A CAMA ESTIVER QUENTINHA

(BY FERNANDO RODRIGUES, ICN)

Mudança dos mundos

Enquanto um mundo
está em declínio...

Mudança dos mundos

... outro vem surgindo....

Mudança dos mundos



...mas os dois coexistem.
Isso causa desconforto.

EMPRESAS SEC XIX
COLABORADORES SEC XX
CLIENTES SEC XXI

- F.U.D.

tripudio di colore joyful colour



O que mais vai afetar o trabalho nos próximos 5-10 anos?
(% de respostas múltiplas) – PWC/The Future of Work 2014

BREAKTHROUGHS TECNOLÓGICOS

53

ESCASSEZ DE RECURSOS E O CLIMA

39

ALTERAÇÕES NOS CENTROS DE PODER

36

ALTERAÇÕES DEMOGRÁFICAS

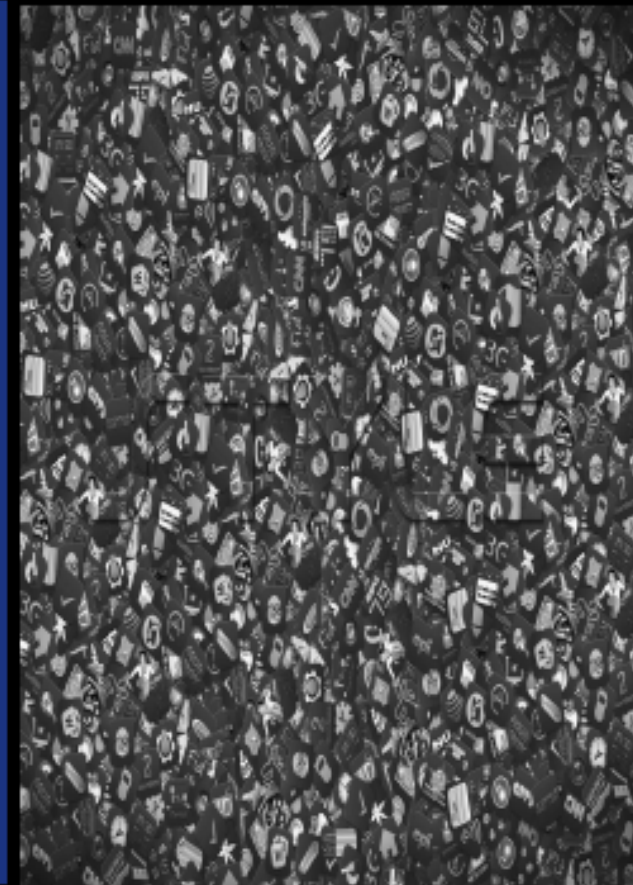
33

URBANIZAÇÃO MAIS ACELERADA

26

OUTROS/NÃO SEI

17



1. Saber gerir a complexidade e a ambiguidade será o fator de maior impacto na forma como trabalharemos nos próximos 10 anos
2. Os ciclos de aprendizagem serão mais curtos e cada vez mais importantes para a sobrevivência e para o sucesso

Os 3 grandes “mobilizadores” da sociedade

PEOPLE

Movimentos Sociais e
Movimentos da Sociedade

Consumidores mais conscientes e exigentes
Confiança é fundamental para os negócios
Endosso e crítica no mundo virtual decidem
Consumidor = Cidadão

INTERNET

Internet como facilitador
e potencial dificultador

Crescimento e expansão das redes sociais
Aumento exponencial da informação conectada
A internet como plataforma dos mundos real e virtual
Fake News vs Real News
Comportamento multitarefa = compressão do tempo
Problemas de saúde – Nomophobia

Tecnologia Inclusiva

Simplicidade de utilização
Acesso fácil e cada vez mais barato
Evolução da nanotecnologia em nossas vidas
Total dependência da conexão

Competências para 2022 | Outlook

Crescente

1. Pensamento analítico e inovador
2. Aprendizagem ativa e estratégias de aprendizagem
3. Criatividade, originalidade e iniciativa
4. Design e programação de tecnologia
5. Pensamento crítico e analítico
6. Resolução de problemas complexos
7. Liderança e influência social
8. Inteligência emocional
9. Raciocínio, resolução de problemas e ideação
10. Análise e avaliação de sistemas

Fonte: Relatório "Future of Jobs 2018", World Economic Forum

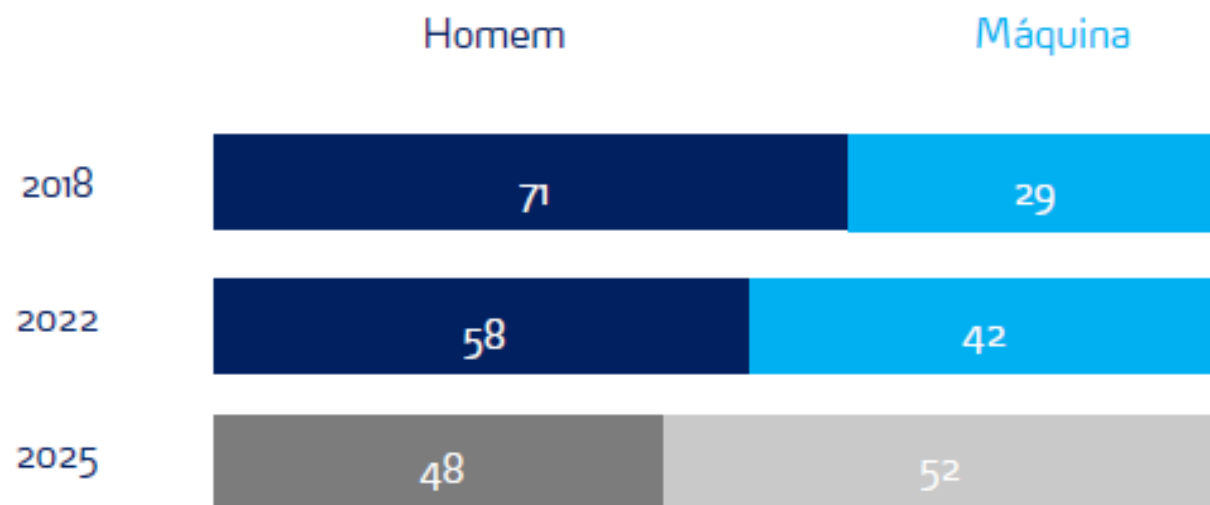


Decrescente

1. Destreza manual, resistência e precisão
2. Habilidades de memória, verbal, auditiva e espacial
3. Gestão de recursos financeiros e materiais
4. Instalação e manutenção de tecnologia
5. Leitura, escrita, matemática e escuta ativa
6. Gestão de pessoal
7. Controle de qualidade e conscientização de segurança
8. Coordenação e gestão do tempo
9. Habilidades visuais, auditivas e de fala
10. Uso, monitoramento e controle de tecnologia

Taxa de automação

Divisão do trabalho como parte das horas gastas (%)



Fonte: Relatório "Future of Jobs 2018", World Economic Forum

Em 2022 todos precisarão de



101
dias extra

dedicados à aprendizagem

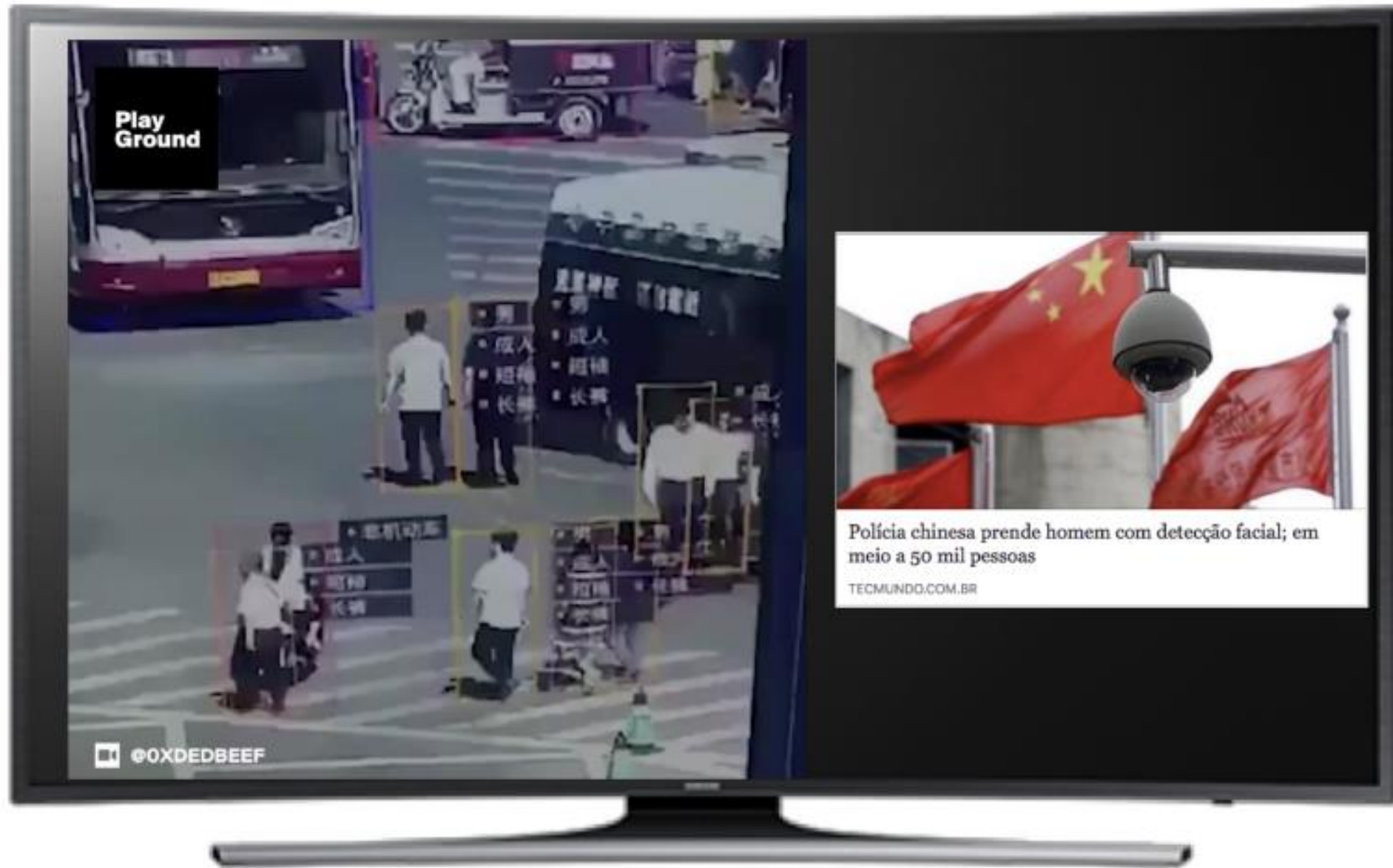
Fonte: Relatório "Future of Jobs 2018", World Economic Forum



*“Não vivemos numa era
de mudanças... **Vivemos
uma mudança de era**”*

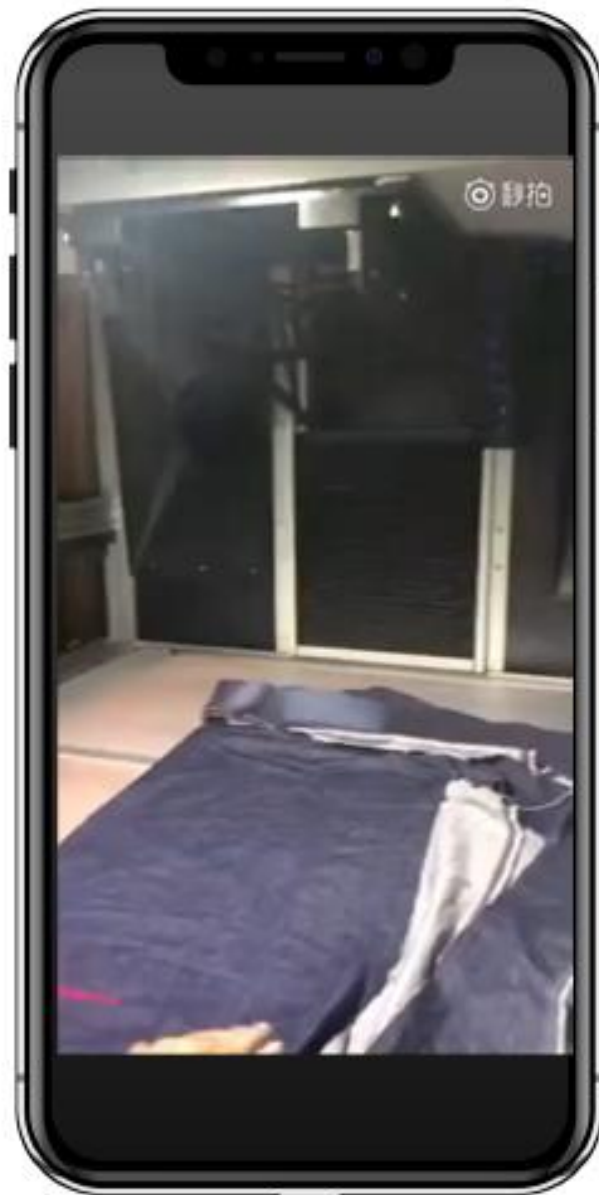
Chris Andersen
editor da revista Wired e
autor do livro *A Cauda Longa*



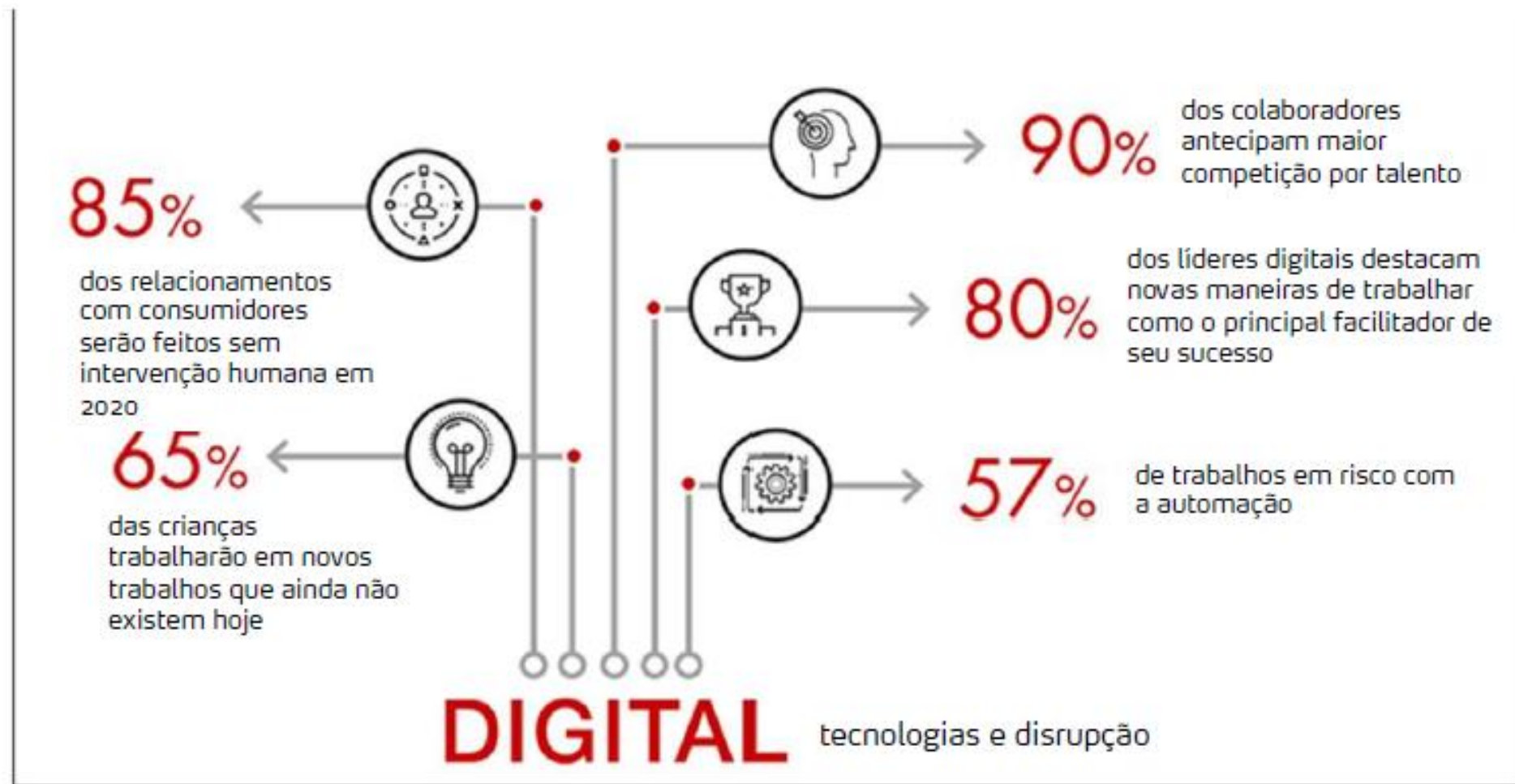






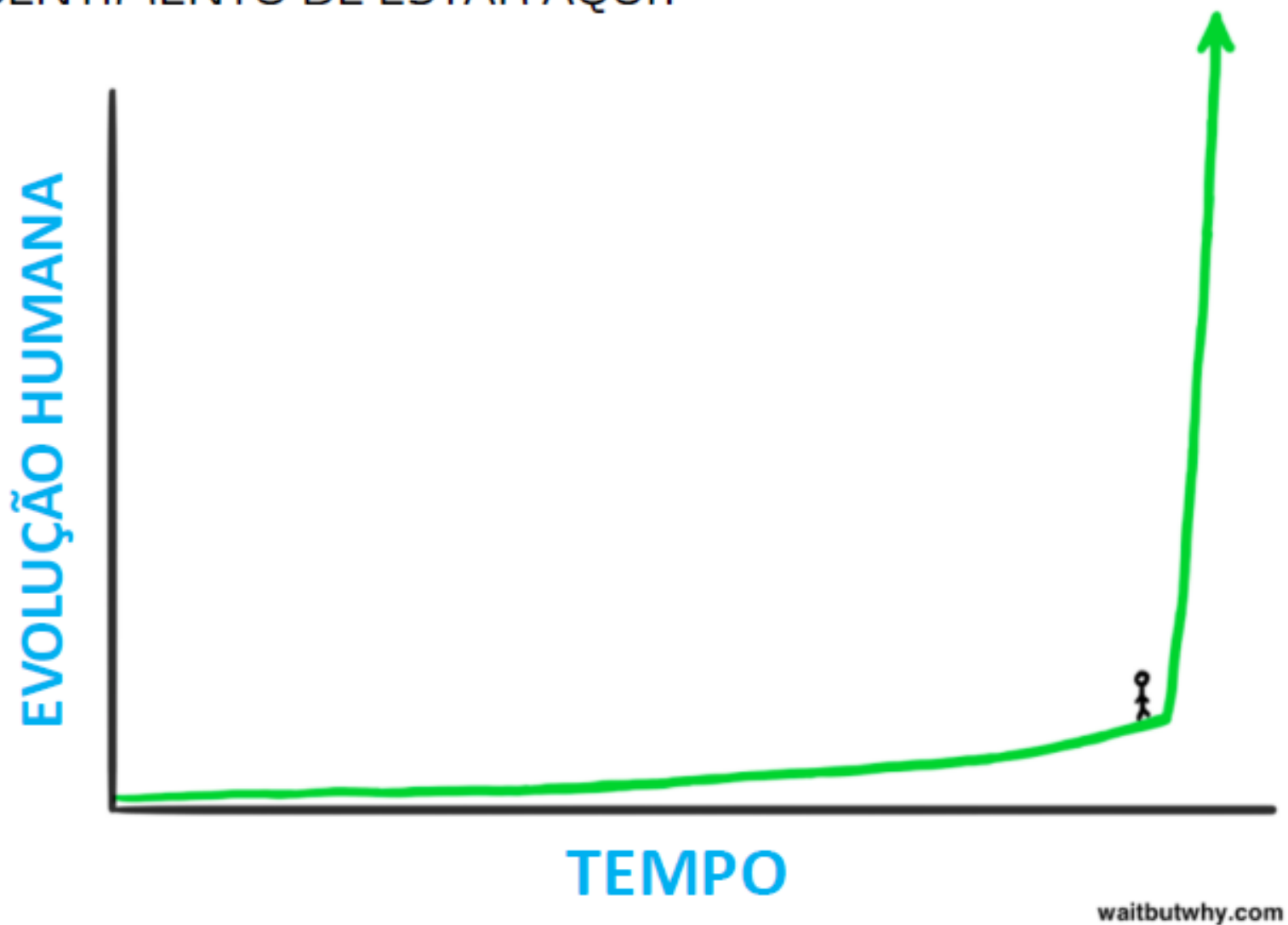


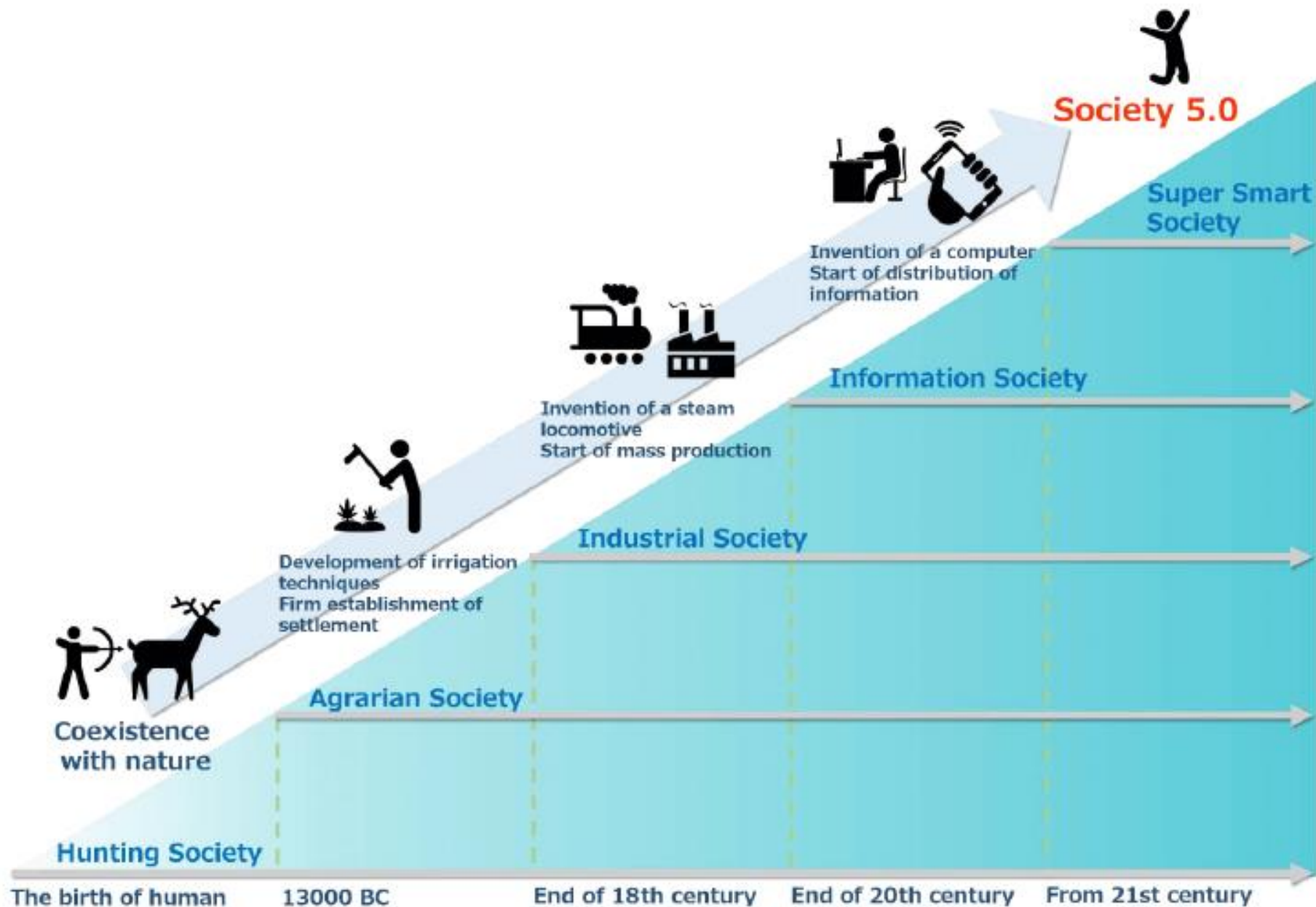


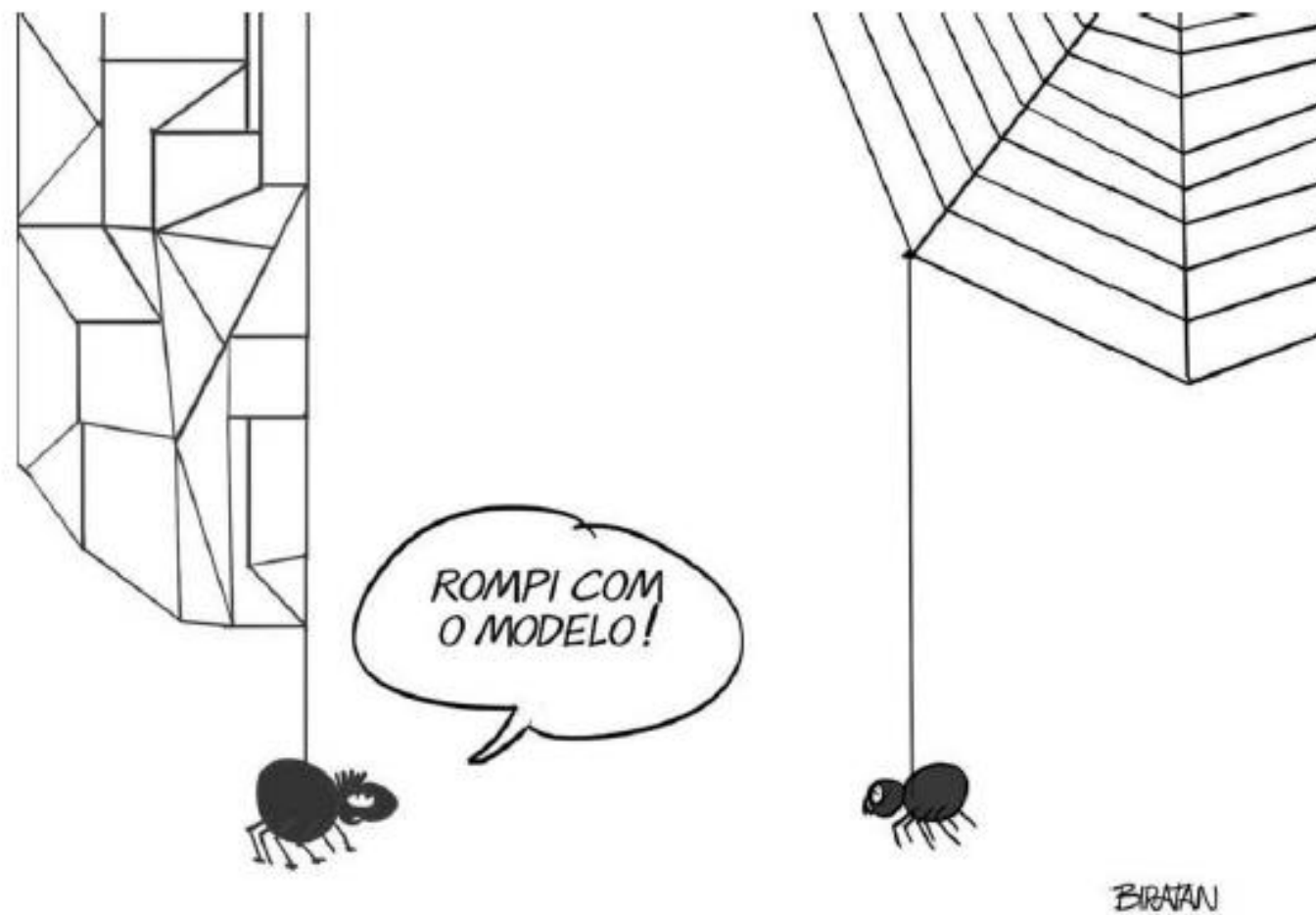


Source: World Economic Forum/Bain & Company

QUAL É O SENTIMENTO DE ESTAR AQUI?







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
atenados e conhecedores de tudo, mais
exigentes

what's **TRENDING**?



1



Conectividade permanente e convergente

Em média uma pessoa
comum verifica seu
telefone mais de

2600
vezes por
dia

*Fonte: The Mobile
Economy 2018 - GSMA*

A conectividade assumiu o poder, conectando pessoas e empresas de forma permanente.



Globalização, força
poder da sociedade
(crowd)

Segundo estimativas, o
número de passageiros
de voos comerciais
pode atingir

8,2bi
de pessoas
em 2037

*Fonte: IATA -
International Air
Transport Association*

Motivada pelo aumento da conexão, a velocidade com que tudo acontece é cada vez maior.



Envelhecimento, Alterações Demográficas e Impacto das Gerações

O Brasil, até 2025, será o sexto país com o

**maior
número de
pessoas**

**idosas
no mundo**

*Fonte: Relatório
Previsões sobre a
população - ONU /
Organização Mundial da
Saúde (OMS),
Levantamento
sociodemográfico do
IBGE*

A expectativa de vida tem aumentado de forma exponencial, registrando hoje um aumento de 3 meses por ano.

Economia da Experiência

Segundo estudo da Walker, as despesas de consumidores com **experiências** aumentarão de US\$ 6,6 trilhões em 2018 para

**US\$
8tri
em 2030**

*Fonte: Walter
Information 2018*

Os produtos por si só já não têm o mesmo valor de outros tempos.

5

Compartilhamento

Setores da economia compartilhada crescerão até

63%
por ano até
2025.

Já os setores tradicionais devem crescer, no máximo, **5%** em igual período

Fonte: The Sharing Economy: Understanding the Opportunities for Growth (Mastercard)

Compartilhamento representa um movimento de independência das pessoas em relação ao mercado tradicional.

Imediatismo & Instantaneidade


Segundo cálculos do Insper, o Brasil possui um dos maiores índices de **imediatismo para o consumo** do mundo, possuindo um beta de

0,26
(a média global é de 0,56)

onde quanto menor o valor encontrado, menor é a "paciência" do consumidor

Fonte: Levantamento realizado por economistas do Insper, a partir de dados do Datafolha - 2017

É fácil prever que tudo será cada vez mais rápido e instantâneo, transformando a realidade que conhecemos numa enorme realidade líquida.



Mindset de Start Up

Atualmente, existem

27
Insurtechs

(Startups focadas em oferecer soluções de negócio para o Setor de Seguros) atuantes no mercado brasileiro

*Fonte: Conexão Fintech
2017*

Adotar uma mentalidade ágil, flexível e com coragem para testar novas abordagens e novas ideias representa uma mudança cultural e comportamental profunda.



Data Analytics

43%
dos
consumidores

entrevistados
concordaram que
**trocarão dados
pessoais com
empresas** para
economizar dinheiro por
meio de promoções,
descontos ou negócios
personalizados

Fonte: YouGov 2018

A geração e o compartilhamento de informação aumentam, já que essas informações estão cada vez mais acessíveis para todos.



Tecnologias Exponenciais

Nos últimos 100 anos, a expectativa de vida humana mais do que

duplicou

a renda per capita média

triplicou

e a mortalidade infantil caiu cerca de

10 vezes.

Fonte: Singularity University 2018

A evolução rápida da tecnologia, cada vez mais acessível em termos de valor e complexidade, tem transformado mercados, empresas e principalmente as pessoas.

Mundo Digital

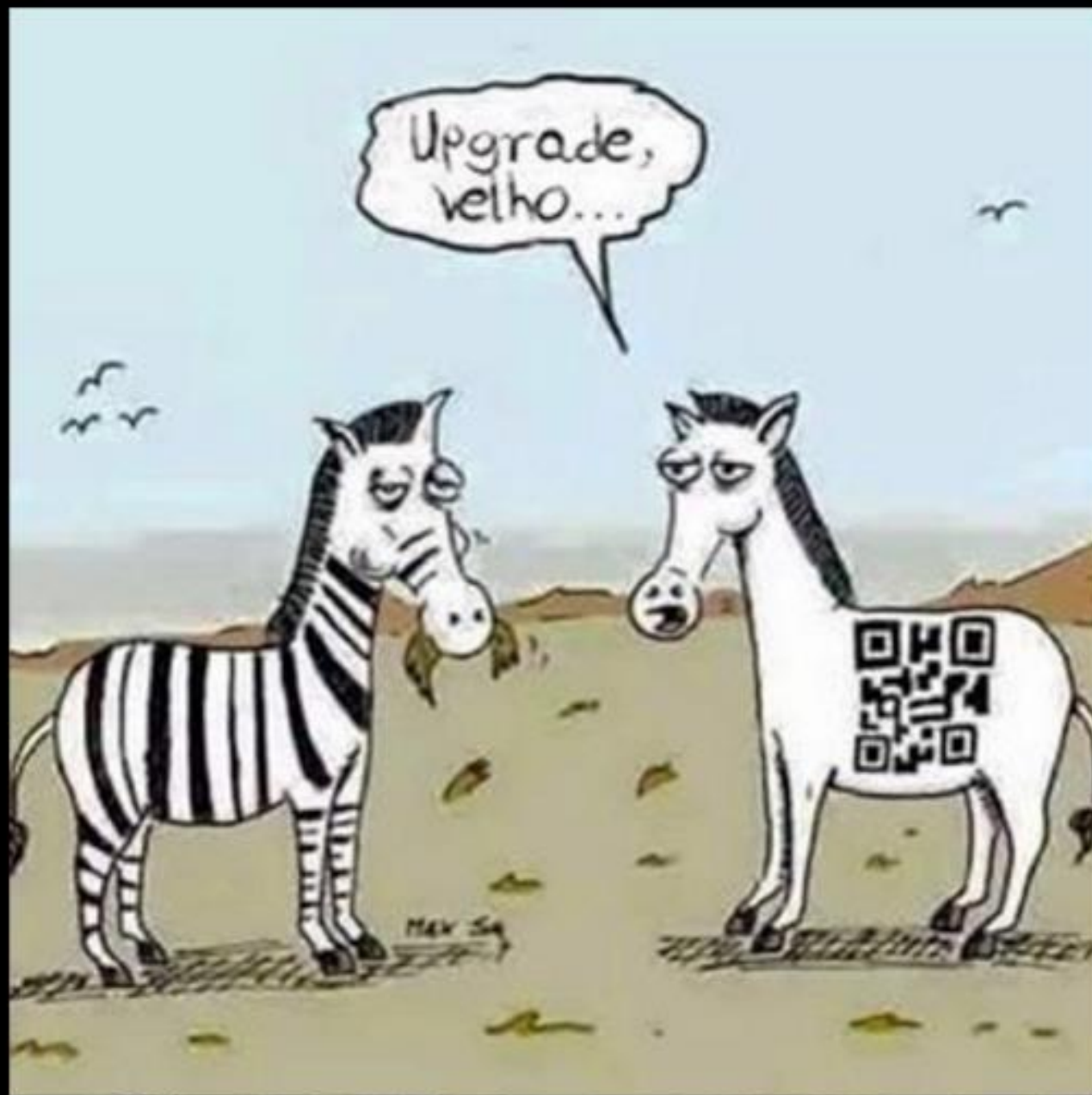
No Brasil, o BNDES
estima uma
movimentação de

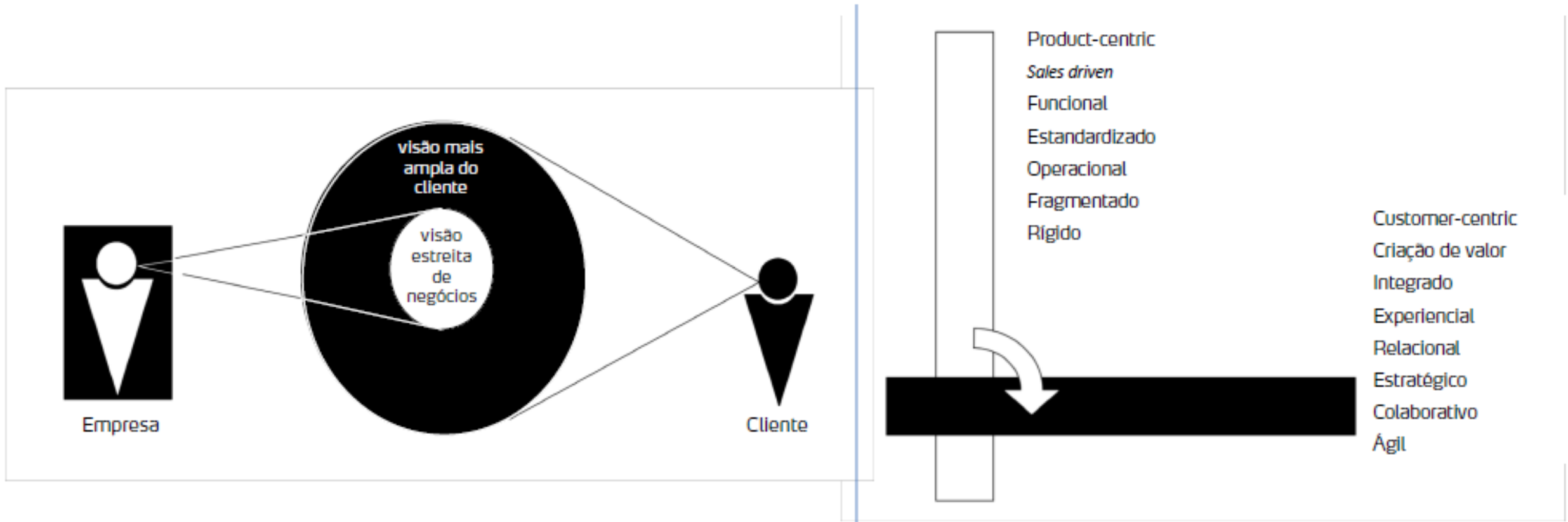
US\$ 132 bi

na economia brasileira
por meio de iniciativas
de IoT (internet das
coisas) até 2025.

Fonte: BNDES 2018

Em um contexto de mundo conectado, é possível afirmar que “se algo não está na internet, é porque não aconteceu”.





Empresas product-centric

Melhor produto

Valor adicionado pelas características

Obsessão pela competição

Todos clientes são iguais

Ampla gama de produtos

Venda e entrega

Transações de curto prazo

Volume e revenue

% quota mercado

% novos produtos

% satisfação

Vendas impulsionadas, push

Clientes vêm até nós

Conexão com intermediários e revendedores

Campanhas de transmissão

Mídia de Massa

Notoriedade e atração

Focus interno

Gestão produto e portfólio

Inovações tecnológicas

Centros de custo de produtos

Planejamento e implementação rigorosa sem desvios

Hemisfério esquerdo do cérebro, pessoas tipo x

Empresas client-centric

Melhor relação

Valor adicionado pelo serviço

Obsessão pelo cliente

Tratar os clientes de forma diferente / Individualizada

Soluções personalizadas

Colaborativo e sem impossíveis

Relações de longo prazo

Lucro e valor

% melhores consumidores

% carteira

% *advocacy*

Clientes existentes, novos produtos

Vamos até aos Clientes

Conexão com usuário final

Conversas personalizadas

Experiential e Relacional

Engajamento e retenção

Focus externo

Gestão de relacionamentos

Inovações de mercado focadas em Job to be Done

Centros de lucro de clientes

Agilidade e capacidade de resposta rápida

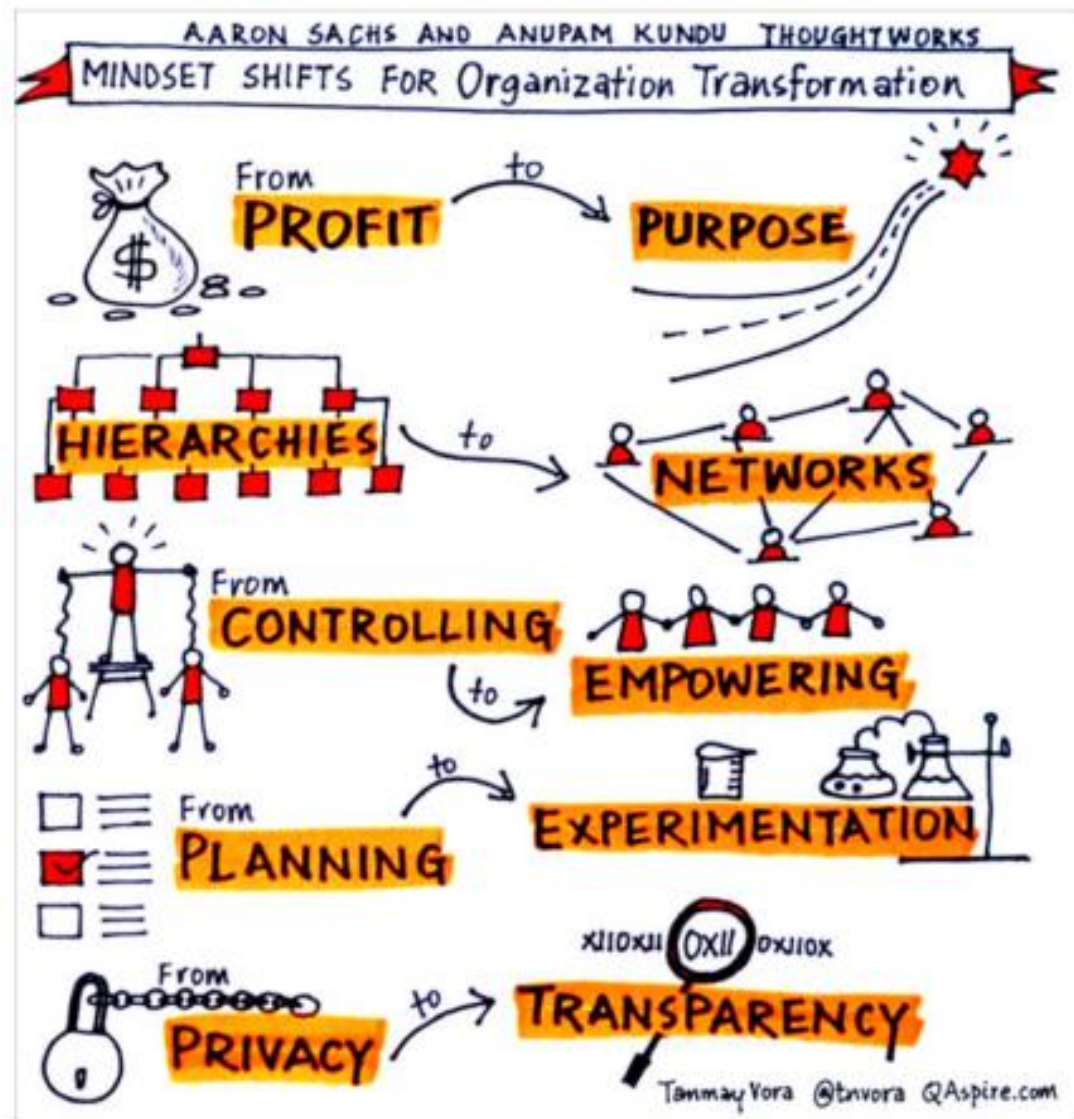
Hemisfério direito do cérebro, pessoas tipo y

CENTRALIZADO VS ADAPTATIVO (Como, Porque e Quando funcionam)

	Ecosistema Centralizado	Ecosistema Adaptativo
Estrutura	A empresa conecta-se aos seus parceiros mas mantém-nos separados, forçando ao retrabalho	A empresa conecta múltiplos parceiros e encoraja-os a trabalhar diretamente uns com os outros
Parceiros	Os parceiros são complementares ao modelo de negócio existente	A empresa procura parceiros não familiares para diferentes modelos de negócio
Porque é usado	Parceiros trabalham coordenados pela empresa mãe (ou holding) capturando valor para esta em primeiro lugar	Parceiros são encorajados a combinar recursos para criar valor rápido, de forma flexível para todos
Quando é usado	Quando a indústria e o negócio estão estáveis	Quando a indústria e o negócio estão em mudança a adaptação a novas realidades
Focus estratégico	Começa com um problema específico para resolver	Começa com o campo de batalha – uma área a explorar resultado da análise de cenários prospectiva
Relacionamento	Mantém uma base estável de relacionamento e atrai parceiros pelo método tradicional	Atua de forma colaborativa, suporta relacionamentos e atrai novos parceiros que resolvam problemas que surgirão
Impacto na Empresa	Tem elevada resistência à mudança devido às regras e modelos estáveis de atuação	A atuação é <i>de fora para dentro</i> aprendendo com os parceiros e ajustando o seu modelo de negócio



Fonte: Jabob Morgan. Autor. The future of work



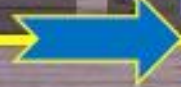
NOVO MINDSET DE NEGÓCIOS!

Mindset tradicional:

- Bigger and better
- Portfolio complexo
- Organização complexa
- Liderança top – down
- Barreira de saída
- Solução interna
- Times especialistas
- Motivado por negócios
- Pessoas

Mindset digital:

- Lean
- Soluções simples
- Organização horizontal
- Co-liderança
- Foco total em UX
- Ecosystema
- Times com diversidade
- Motivado por propósito
- Equipes



DOR DE DONO



ESPECTADOR


1. ESPERA QUE LHE DÊM INSTRUÇÕES
2. RESISTE À MUDANÇA
3. RESPONDE DE FORMA REACTIVA
4. TECNOLOGIA É INIMIGA
5. APÁTICO E CONSERVADOR

VS.



PROTAGONISTA

1. LIDERA A MUDANÇA
2. ADAPTA-SE AO CONTEXTO
3. CRIA E ANTECIPA-SE
4. DOMINA A TECNOLOGIA
5. EMPODERADO E ARROJADO

- 
1. DIGITALIZAÇÃO/CANAIS DIGITAIS,
 2. NOVO CONSUMIDOR,
 3. VALOR AGREGADO AO MERCADO,
 4. EMPODERAMENTO/MOBILIZAÇÃO DE CLASSE,
 5. EXPERIÊNCIA/SERVIÇO,



1. DIGITALIZAÇÃO /
CANAIS DIGITAIS



2. NOVO
CONSUMIDOR



3. VALOR AGREGADO AO MERCADO



4. EMPODERAMENTO
/ MOBILIZAÇÃO DE
CLASSE



5. EXPERIÊNCIA /
SERVIÇO

A background image showing several hands of different skin tones reaching out to hold a glowing globe of the Earth. The scene is dimly lit, with the globe being the primary light source, creating a sense of global unity and support.

10 DICAS



TENHA UM PROPÓSITO CLARO

QUE REFLITA O DNA

QUE TODOS CONHEÇAM – COMUNIQUE-O

QUE SEJA TANGÍVEL E APLICÁVEL

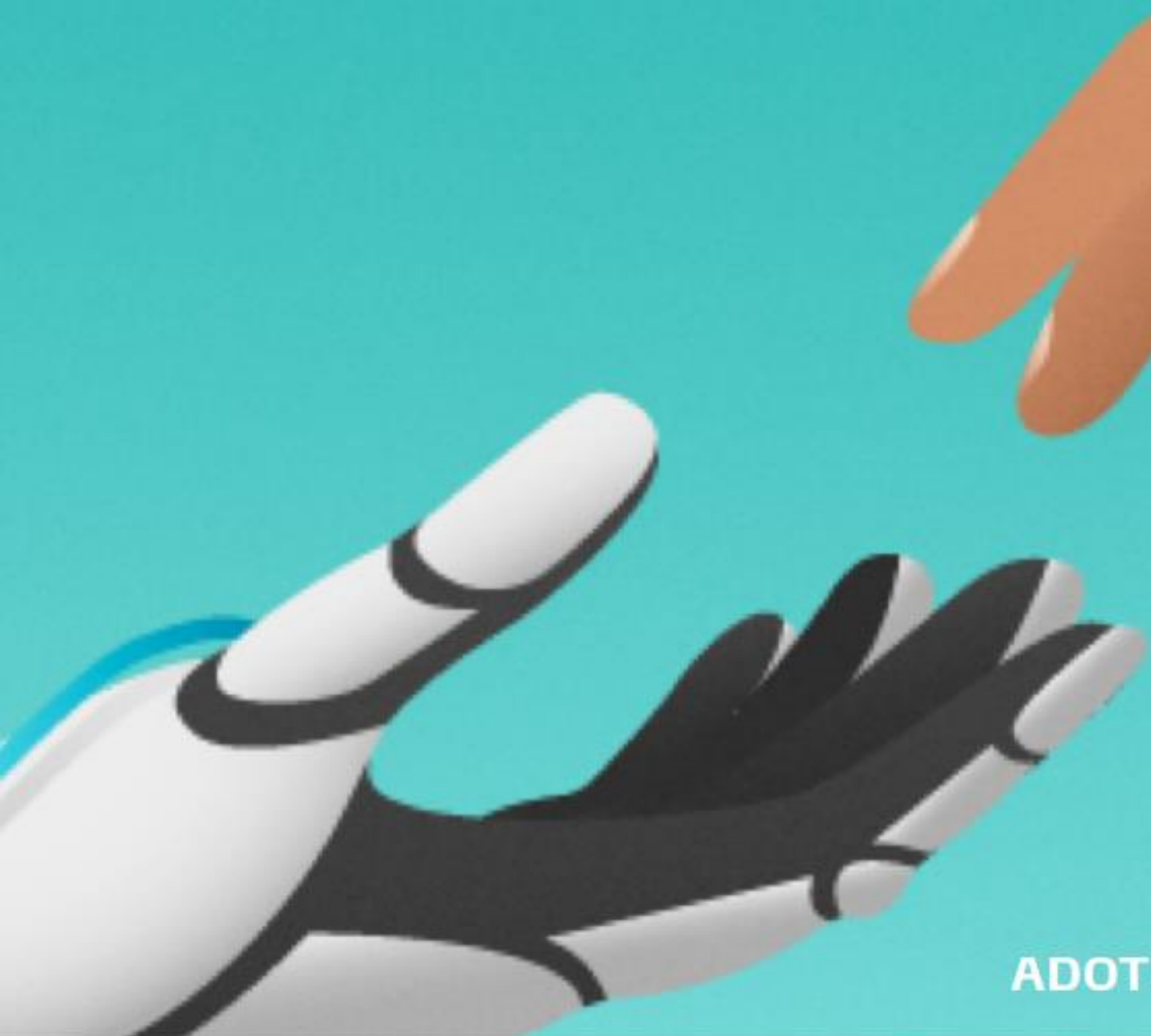


VENDA UM SONHO

AS PESSOAS COMPRAM
EXPERIÊNCIAS, BENEFÍCIOS E SORRISOS

AS EMOÇÕES SÃO MAIS IMPORTANTES
QUE DINHEIRO

RECONHEÇA E Premeie
PERFORMANCE, RESULTADOS E LEALDADE



APROXIME PESSOAS E TECNOLOGIA(S)

CAPACITE AS PESSOAS

DESENVOLVA AS TECNOLOGIAS

ADOpte A CULTURA HUMANO VS DIGITAL




FOQUE EM NICHOS DE ALTO VALOR AGREGADO

RESOLVA PROBLEMAS DO MERCADO E DO CLIENTE

IDENTIFIQUE MERCADOS PROMISSORES

POSICIONE-SE CLARAMENTE FACE AOS OUTROS



CRIE UM ECOSSISTEMA
TERCEIRIZE O QUE NÃO INTERESSA
CONSTRUA UMA REDE DE INOVAÇÃO ABERTA
REFORCE A INTELIGÊNCIA COLETIVA E
A ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO



INTERAJA COM O CLIENTE

ESCUTE E OBSERVE

CONVIDE PARA ENTRAR

EVOLUA COM AS SUAS RECOMENDAÇÕES



FAIL FAST

PROTOTIPE RÁPIDO

TESTE O PRODUTO E FALHE RÁPIDO

ANALISE OS DADOS E FAÇA OS AJUSTES



OLHE PARA A FRENTE

ANTECIPE MOVIMENTOS

CRIE MERCADOS E NECESSIDADES

REINVENTE-SE PERMANENTEMENTE



**FAÇA A SUA
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

MAPEIE A JORNADA DO SEU CLIENTE

DIGITALIZE OS PROCESSOS

INCORPORE A TECNOLOGIA RELEVANTE AO NEGÓCIO



ADOTE A INOVAÇÃO ESTRATÉGICA

CRIE/REFORCE E DISSEMINE UMA CULTURA DE INOVAÇÃO

AJUSTE OS CICLOS DE CRESCIMENTO E QUEBRA

ADOTE UM PROCESSO DE INOVAÇÃO

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

(Charles Darwin)





AS NOSSAS PREOCUPAÇÕES SINCORSP

1. DIGITALIZAÇÃO/CANAIS DIGITAIS,
2. NOVO CONSUMIDOR,
3. VALOR AGREGADO AO MERCADO,
4. EMPODERAMENTO/MOBILIZAÇÃO DE CLASSE,
5. EXPERIÊNCIA/SERVIÇO,





IFV | Equação do futuro

ÍNDICE DE FUTURE VISION

[Calcule aqui](#)

WWW.INOVACONSULTING.COM.BR/DOWNLOADS

OBRIGADO





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 | www.inovabs.com.br