



Diversos fatos, acontecimentos e movimentações estão apontando para uma mesma direção: estamos passando por mudanças geopolíticas de escala global.

No contexto atual de transformação digital acelerada, uma nova era para o comércio digital está emergindo nos mercados em desenvolvimento.

Recomendo a leitura desse estudo da Accenture que aborda esse tema:

<https://www.accenture.com/us-en/insights/song/next-billion-consumers>

Este estudo analisa o potencial desses mercados, baseando-se no estudo de um relatório recente que detalha a ascensão do próximo bilhão de consumidores digitais.

São abordadas as características desses novos consumidores, os desafios enfrentados

pelas empresas ao atendê-los e as estratégias recomendadas para capturar eficazmente suas mentes, corações e carteiras.

O estudo da Accenture

O relatório em questão revela uma oportunidade significativa nos próximos dez anos em oito países de rápido crescimento: Bangladesh, Egito, Etiópia, Índia, Indonésia, Quênia, Nigéria e Filipinas.

Mais de um bilhão de consumidores digitalmente astutos entrarão no mercado, representando uma mudança demográfica que pode remodelar o panorama do comércio digital global.

Esses consumidores são descritos como jovens, com grande familiaridade digital, e serão influentes na economia digital emergente.

A pesquisa identifica quatro segmentos principais de consumidores: Compradores Nativos Digitais, Millennials Digitalmente Hábeis, Criadores de Conteúdo Nativos Digitais e Influenciadores Alfa Digitais.

Cada um desses segmentos apresenta características e comportamentos de consumo distintos que podem ser capitalizados pelas empresas com estratégias direcionadas.

O relatório também destaca desafios significativos, incluindo riscos operacionais, dificuldades logísticas e a necessidade de competir com a expectativa crescente dos consumidores por experiências digitais mais integradas e personalizadas.

Apesar desses desafios, as empresas que agirem rapidamente para desenvolver uma compreensão profunda desses consumidores e investirem em capacidades digitais robustas têm a oportunidade de garantir uma vantagem competitiva sustentável.

Impacto das Mudanças Demográficas Globais

É indiscutível que estamos à beira de uma transformação demográfica sem precedentes.

As disputas de curto prazo que dominam as manchetes econômicas e políticas podem obscurecer movimentos tectônicos mais substanciais que se desenrolam no médio e longo prazo.

A demografia global está mudando a uma velocidade impressionante, e essas transformações terão repercussões profundas em todos os aspectos da vida econômica e social.

A população global não está apenas crescendo, mas está se diversificando e envelhecendo em diferentes ritmos em diferentes partes do mundo.

Enquanto alguns países enfrentam uma explosão populacional, outros veem suas populações encolherem e envelhecerem.

Este cenário apresenta desafios únicos que requerem estratégias de longo alcance, sobretudo em políticas públicas e planejamento de negócios.

As implicações dessas mudanças são vastas, afetando desde o mercado de trabalho até a demanda por produtos e serviços, configurando um futuro em que as dinâmicas de mercado serão radicalmente diferentes das que conhecemos hoje.

O Surgimento de Novos Mercados de Consumo

Os próximos dez anos prometem ser decisivos devido ao surgimento de cerca de um bilhão de novos consumidores provenientes de oito países — Bangladesh, Egito, Etiópia, Índia, Indonésia, Quênia, Nigéria e Filipinas. Com exceção da Índia, esses países raramente aparecem no radar do dia a dia de negócios, especialmente no Brasil.

No entanto, a ascensão dessas nações no cenário global não só desafia a perspectiva tradicional dos mercados estabelecidos, mas também oferece uma oportunidade única para as empresas que buscam expandir globalmente.

Essa nova onda de consumidores digitais é predominantemente jovem e nativa digital, com expectativas e comportamentos de consumo que diferem significativamente dos mercados mais maduros.

As empresas que desejam capitalizar essa onda de crescimento precisarão adaptar suas estratégias para atender às necessidades, desejos e particularidades culturais desses novos consumidores.

Isso exigirá um profundo entendimento local, além de uma agilidade operacional para inovar rapidamente em resposta às dinâmicas de mercado em constante mudança.

Contraste com a Redução Populacional em Países Desenvolvidos

Recentemente, li uma matéria que destacava a redução da população em diversos países desenvolvidos.

Este fenômeno contrasta fortemente com o crescimento demográfico nos países que mencionei anteriormente.

A redução populacional em economias desenvolvidas, como Japão, Itália e até mesmo China, apresenta um conjunto diferente de desafios, principalmente relacionados ao envelhecimento da população, à sustentabilidade dos sistemas de segurança social e à falta de força de trabalho jovem e qualificada.

Essa divergência nos padrões demográficos sugere um futuro onde o equilíbrio econômico e de poder pode se deslocar significativamente.

As empresas e governos nesses países desenvolvidos precisarão criar estratégias inovadoras para mitigar os impactos negativos de uma população em declínio e envelhecimento, enquanto buscam oportunidades de crescimento e expansão nos mercados emergentes.

Mudanças no Domínio de Mercado e Ascensão de Novos Gigantes Globais

A pergunta que fica para mim é: continuaremos vendo o domínio dos grandes conglomerados americanos e europeus, ou observaremos a ascensão de novos gigantes asiáticos?

Já estamos testemunhando a emergência de poderosos players chineses e indianos no cenário global.

Empresas como Alibaba, Tencent, Reliance e Tata não são apenas líderes em seus mercados locais; elas estão expandindo sua influência globalmente, desafiando o status quo e redefinindo as regras do jogo internacional.

É plausível prever que, à medida que esses mercados emergentes continuam a crescer e a se digitalizar, veremos mais empresas dessas regiões escalando posições entre os líderes globais.

Isso poderá não apenas redefinir quem detém o poder econômico, mas também influenciará profundamente como os negócios globais são conduzidos, onde são investidos os recursos e como as inovações são geradas e comercializadas.

Em suma, estamos à beira de uma transformação global que requer uma reavaliação de estratégias e uma adaptação ágil às novas realidades do mercado.

As empresas e líderes que entenderem e se adaptarem a essas mudanças demográficas estarão melhor posicionados para prosperar neste novo cenário global.

CIO Codex Framework - Dimensões Externas da Estratégia Corporativa

A concepção de uma estratégia corporativa integral exige uma compreensão profunda das dimensões externas que influenciam o ambiente de negócios.

Estas dimensões, embora estejam fora do controle direto da empresa, desempenham um papel crucial na moldagem de oportunidades e desafios no panorama corporativo.

O impacto destes fatores externos pode ser vasto e variado, abrangendo desde mudanças geopolíticas e econômicas até avanços tecnológicos e tendências culturais.

A importância de incorporar as dimensões externas na estratégia corporativa reside na capacidade de uma organização em antecipar e responder proativamente às mudanças no mercado.

Isso não se limita apenas a reagir às forças externas, mas envolve a habilidade de prever tendências emergentes e se posicionar estrategicamente para aproveitar novas

oportunidades ou mitigar riscos.

Por exemplo, a compreensão das dinâmicas geopolíticas globais pode ajudar uma empresa a navegar com sucesso em mercados internacionais voláteis, enquanto a percepção das tendências tecnológicas pode impulsionar a inovação e manter a empresa na vanguarda do seu setor.

A integração dessas dimensões externas requer um esforço coordenado para monitorar continuamente o ambiente de negócios, analisando e interpretando uma variedade de fontes de informação.

Essa análise de cenários permite às empresas avaliar o impacto potencial de diferentes tendências e desenvolvimentos globais.

Além disso, uma estratégia flexível e adaptável é essencial para responder rapidamente a novas informações e condições de mercado.

Isso significa estar preparado para reorientar ou ajustar a estratégia corporativa à medida que o cenário externo evolui.

Além do monitoramento e da análise, a comunicação eficaz entre diferentes departamentos e níveis de liderança é fundamental para garantir uma compreensão abrangente e integrada das influências externas.

Parcerias estratégicas também podem ser uma ferramenta valiosa para navegar em ambientes complexos e incertos, proporcionando insights adicionais e recursos compartilhados.

Por fim, uma cultura organizacional que valoriza o aprendizado contínuo e a adaptação é vital para manter a relevância em um mundo em constante mudança.

As empresas devem promover uma mentalidade que não apenas aceita a mudança, mas a vê como uma oportunidade para crescimento e inovação.

Em resumo, as dimensões externas são componentes essenciais de uma estratégia corporativa bem-sucedida.

Sua consideração cuidadosa e sua integração estratégica permitem que as empresas naveguem com eficácia em um ambiente global cada vez mais interconectado e dinâmico.

A estratégia corporativa, para ser eficaz e abrangente, deve considerar uma série de dimensões externas que influenciam significativamente o ambiente de negócios.

Essas dimensões são variadas e complexas, cada uma trazendo consigo um conjunto de desafios e oportunidades que podem impactar profundamente a operação e o sucesso de uma empresa.

No coração dessa abordagem estratégica está o reconhecimento de que o mundo dos negócios é intrinsecamente interconectado com uma série de fatores externos, que transcendem os limites tradicionais da empresa.

Esses fatores externos, ou dimensões, abrangem uma gama de áreas como geopolítica, política, cultura, aspectos sociais, condições econômicas, avanços tecnológicos, regulamentações, questões éticas, mudanças climáticas e saúde pública.

Cada uma dessas dimensões externas carrega implicações significativas para as empresas.

Por exemplo, mudanças geopolíticas podem abrir ou fechar mercados, inovações tecnológicas podem disruptar modelos de negócios estabelecidos, e tendências sociais podem alterar o comportamento do consumidor.

Além disso, questões como mudanças climáticas e saúde pública têm mostrado sua capacidade de afetar drasticamente a economia global e as operações de negócios.

A chave para as empresas, portanto, reside em desenvolver uma estratégia corporativa que não apenas reconheça essas dimensões externas, mas também as integre em seu planejamento e execução.

Esta abordagem permite que as organizações sejam mais resilientes e adaptáveis, antecipando mudanças e reagindo a elas de maneira eficiente.

O detalhamento de cada uma dessas dimensões externas fornece insights adicionais sobre como elas podem afetar especificamente os negócios e como as empresas podem se preparar e responder a essas influências.

Ao entender e incorporar essas dimensões em sua estratégia, as organizações podem posicionar-se melhor para navegar no ambiente dinâmico e muitas vezes incerto do mercado global.

A seguir, uma visão geral sobre cada uma dessas grandes dimensões externas.

Geopolítica

Esta dimensão envolve a compreensão das relações entre nações e como elas afetam o cenário global de negócios.

Inclui aspectos como conflitos internacionais, alianças políticas, sanções econômicas e acordos comerciais.

As empresas devem estar atentas a como essas questões geopolíticas podem afetar suas operações internacionais, acessos a mercados e cadeias de suprimentos.

Por exemplo, uma mudança no equilíbrio de poder entre países pode abrir novas oportunidades de mercado ou, inversamente, criar barreiras comerciais.

A estratégia corporativa deve, portanto, incluir planos de contingência para lidar com a volatilidade geopolítica e explorar oportunidades geopolíticas emergentes.

Política

Refere-se ao impacto das políticas governamentais, legislações e mudanças políticas dentro de um país.

Isso pode variar desde reformas fiscais até mudanças na legislação trabalhista ou ambiental.

As empresas precisam monitorar e prever como essas mudanças políticas podem afetar seus negócios, tanto em termos de riscos quanto de oportunidades.

Por exemplo, uma nova legislação ambiental pode exigir ajustes nas operações de produção, enquanto incentivos fiscais podem oferecer oportunidades para investimentos em certas áreas.

Entender o cenário político ajuda as empresas a se adaptarem às mudanças regulatórias e a influenciar políticas favoráveis por meio de advocacy e lobby.

Cultural

Esta dimensão abrange as diferenças culturais e sociais que influenciam o comportamento do consumidor, práticas de negócios e comunicação.

No contexto de uma estratégia corporativa, é importante reconhecer e respeitar a diversidade cultural, especialmente para empresas que operam em múltiplas regiões geográficas.

Isso inclui adaptar estratégias de marketing para ressoar com diferentes públicos, desenvolver produtos ou serviços que atendam às necessidades locais e gerenciar equipes internacionais de forma eficaz.

Compreender a dimensão cultural é vital para criar conexões significativas com clientes e colaboradores de diferentes origens culturais, garantindo uma marca globalmente coerente, mas localmente relevante.

Social

Esta dimensão engloba as tendências e mudanças na sociedade que podem afetar o

comportamento dos consumidores e as expectativas do mercado.

Isso inclui mudanças demográficas, como o envelhecimento da população em algumas regiões e o crescimento da juventude em outras, bem como mudanças nas atitudes sociais, como maior conscientização sobre questões de sustentabilidade e diversidade.

As empresas precisam estar atentas a essas tendências para adaptar suas ofertas de produtos e serviços, estratégias de marketing e abordagens de comunicação. Por exemplo, uma marca que reconhece e apoia questões sociais relevantes pode construir uma conexão mais forte com seus clientes.

Econômica

Esta dimensão se concentra nas condições econômicas globais e locais, incluindo fatores como inflação, taxas de juros, crescimento econômico e estabilidade financeira.

As flutuações econômicas podem afetar diretamente a demanda dos consumidores, os custos operacionais e as oportunidades de investimento.

As empresas devem monitorar indicadores econômicos e adaptar suas estratégias para maximizar a eficiência durante períodos de desaceleração e capitalizar em períodos de crescimento.

Por exemplo, uma recessão econômica pode exigir uma ênfase maior na eficiência de custos, enquanto um período de expansão econômica pode ser o momento ideal para explorar novos mercados.

Tecnológica

Esta dimensão aborda o impacto dos avanços tecnológicos no ambiente de negócios.

A inovação tecnológica pode criar novos mercados, transformar indústrias existentes e mudar a maneira como as empresas operam.

As empresas devem estar atentas às novas tecnologias emergentes, como inteligência artificial, Blockchain e Internet das Coisas (IoT), e considerar como essas tecnologias podem ser integradas em suas operações e estratégias.

Por exemplo, a adoção de AI pode otimizar processos internos e melhorar a experiência do cliente, enquanto a IoT pode abrir novas possibilidades em produtos conectados e serviços inteligentes.

Regulatória

Esta dimensão refere-se ao impacto das leis, regulamentos e normas governamentais nas operações de negócios.

As mudanças na legislação podem afetar áreas como privacidade de dados, segurança cibernética, padrões ambientais e práticas trabalhistas.

As empresas devem estar em constante vigilância para se manterem atualizadas com as regulamentações e garantir a conformidade, evitando assim penalidades e protegendo sua reputação.

Por exemplo, regulamentos como o GDPR (General Data Protection Regulation) na União Europeia impõem novos requisitos para o gerenciamento de dados pessoais, afetando empresas em todo o mundo.

Ética

A dimensão ética abrange as expectativas de conduta responsável e justa por parte das empresas.

Isso inclui práticas de negócios éticas, responsabilidade social corporativa e governança corporativa.

A ética empresarial tornou-se um foco significativo para consumidores, investidores e reguladores, exigindo que as empresas operem com transparência, integridade e consideração pelos impactos sociais e ambientais de suas ações.

Por exemplo, práticas sustentáveis e cadeias de suprimentos éticas são agora fatores importantes na decisão de compra dos consumidores.

Ambiental

As questões do meio ambiente, como mudanças climáticas globais, têm um impacto profundo na estratégia de negócios.

As empresas enfrentam a necessidade de adaptar suas operações e estratégias para serem mais sustentáveis, reduzindo sua pegada de carbono e mitigando os riscos relacionados ao clima.

Isso pode incluir a transição para energias renováveis, o desenvolvimento de produtos e serviços ecológicos e a adaptação às regulamentações ambientais em evolução.

Por exemplo, muitas empresas estão agora estabelecendo metas de zero emissões líquidas como parte de suas estratégias de sustentabilidade.

Saúde

A saúde pública global, exemplificada pela pandemia recente, demonstrou como as questões de saúde podem afetar drasticamente a economia mundial e as operações das empresas.

As empresas precisam considerar a saúde e o bem-estar dos funcionários, a resiliência das cadeias de suprimentos e a adaptação às mudanças nos comportamentos dos consumidores.

As estratégias de negócios devem incluir planos para lidar com interrupções causadas por crises de saúde e explorar oportunidades em setores relacionados à saúde e bem-estar.

CIO Codex Framework – Megatendências Globais

No cenário empresarial contemporâneo, as megatendências globais desempenham um papel crucial na moldagem do futuro das organizações.

Essas megatendências (Mega Trends) são basicamente a exemplificação das dimensões externas abordadas em outro conteúdo.

Estas tendências, abrangendo desde desenvolvimentos tecnológicos até mudanças socioeconômicas, requerem uma abordagem estratégica que as integre no planejamento e na formulação de estratégias das empresas.

A incorporação de megatendências na estratégia e no planejamento é um passo essencial para que as organizações se antecipem a mudanças significativas e adaptem suas operações e objetivos de acordo com novos cenários.

O tratamento das megatendências como parte de um processo estruturado é fundamental.

Isso implica uma análise regular e detalhada dessas tendências, avaliando seu impacto potencial tanto a curto quanto a longo prazo.

Essa análise deve ser integrada ao processo de tomada de decisão estratégica, garantindo que as tendências sejam consideradas nas decisões importantes.

Além disso, é crucial promover discussões abrangentes sobre o impacto das

megatendências dentro da organização.

Estas discussões devem envolver diferentes departamentos e níveis hierárquicos para garantir que múltiplas perspectivas sejam consideradas, enriquecendo assim a formulação estratégica.

Estimular essas conversas ajuda a criar uma compreensão comum e a desenvolver estratégias mais robustas e abrangentes.

Outro aspecto importante é a educação dos executivos seniores sobre as megatendências e seu impacto.

Isso garante que as decisões no mais alto nível sejam informadas e alinhadas com as mudanças globais em andamento, o que é essencial para a eficácia da estratégia corporativa.

Identificar pontos de inflexão é igualmente vital, pois estes são momentos ou eventos que requerem uma resposta rápida e decisiva.

Reconhecer e reagir a esses pontos de inflexão permite à organização manter-se ágil e adaptável em um ambiente de negócios em constante mudança.

Para garantir consistência e clareza na abordagem às megatendências, é importante alinhar as definições e interpretações dessas tendências em todas as atividades de planejamento estratégico.

Isso ajuda a manter todos na organização na mesma página e facilita a implementação de estratégias coesas e integradas.

Designar um responsável dentro da organização para o monitoramento contínuo das megatendências assegura que a organização esteja sempre atualizada e pronta para responder a essas grandes mudanças e assim manter a relevância e a competitividade no mercado.

Por fim, utilizar narrativas para ilustrar e comunicar as megatendências pode ser uma forma eficaz de engajar a organização.

Contar histórias que exemplifiquem essas tendências ajuda a transmitir seu impacto e importância de maneira clara e envolvente, incentivando o engajamento e a compreensão em todos os níveis da empresa.

Em resumo, as megatendências são forças transformadoras que requerem uma resposta estratégica e integrada.

Ao adotar uma abordagem abrangente e proativa, as empresas podem não apenas responder a essas tendências, mas também utilizá-las para impulsionar o crescimento e a inovação.

Ao considerar as tendências globais que influenciam a estratégia corporativa, é importante analisar e compreender dez megatendências (Mega Trends) principais.

Cada uma dessas tendências representa movimentos amplos que moldam o futuro em diversas áreas, desde a geopolítica até a tecnologia:

- **Global Power Dynamics** (Dinâmica do Poder Global): Esta tendência aborda as mudanças nas relações de poder globais, como o surgimento de novas potências econômicas e políticas. As empresas devem estar atentas a essas mudanças para navegar em alianças internacionais e cenários de mercado em evolução.
- **Sustainability Shift** (Mudança para Sustentabilidade): Refere-se ao crescente foco em práticas sustentáveis e responsabilidade ambiental. As empresas estão adaptando suas operações e estratégias para atender a essa demanda crescente por sustentabilidade.
- **Urbanization Wave** (Onda de Urbanização): Com mais pessoas vivendo em áreas urbanas, as empresas enfrentam novos desafios e oportunidades em termos de logística, demanda do consumidor e infraestrutura.
- **Demographic Evolution** (Evolução Demográfica): Mudanças na estrutura etária da população global afetam os mercados de consumo e a força de trabalho, exigindo que as empresas adaptem seus produtos e estratégias de gestão.
- **Social Transformation** (Transformação Social): As mudanças nas atitudes sociais e nos valores, como maior foco na igualdade e diversidade, estão influenciando as práticas de negócios e a interação com os consumidores.
- **Space Democratization** (Democratização do Espaço): O aumento do acesso ao espaço exterior, principalmente por empresas privadas, está abrindo novas fronteiras para exploração e inovação.
- **Economic Fluctuations** (Flutuações Econômicas): As empresas devem se adaptar a ciclos econômicos voláteis, o que exige flexibilidade e capacidade de resposta rápida às mudanças nas condições de mercado.
- **Trust Erosion** (Erosão da Confiança): A diminuição da confiança nas instituições e na mídia exige que as empresas trabalhem mais para construir e manter a confiança dos consumidores e stakeholders.
- **Technological Revolution** (Revolução Tecnológica): A rápida evolução da tecnologia está transformando a maneira como as empresas operam, criando novas oportunidades e desafios no mercado.

- **Data and Algorithms Economy** (Economia de Dados e Algoritmos): O crescente valor dos dados e algoritmos está reformulando os modelos de negócios e exigindo novas estratégias em termos de coleta, análise e uso de informações.

Concluindo

Na minha visão, a capacidade de uma empresa se destacar nesses mercados emergentes depende fundamentalmente de sua agilidade e capacidade de inovação.

Considero que o investimento em tecnologia e a adaptação às preferências locais são fundamentais para captar a lealdade desse novo perfil de consumidor.

Acredito firmemente que as empresas devem considerar estratégias que vão além das vendas e transações, focando na criação de experiências significativas que ressoem com os valores e expectativas dos jovens consumidores digitais.

Além disso, é imperativo que as organizações desenvolvam uma compreensão profunda das nuances culturais e sociais que influenciam o comportamento de compra nesses países.

A colaboração com marcas locais e a customização de produtos e serviços para atender às necessidades específicas da região podem ser diferenciadores críticos.

O relatório analisado oferece insights valiosos sobre a iminente onda de consumidores digitais nos mercados emergentes e delineia um caminho estratégico para as empresas que aspiram a liderar nesse novo cenário.

Para as organizações globais, a adaptação rápida e o investimento contínuo em inovação digital não são apenas vantajosos, mas necessários para capturar e manter a lealdade de um segmento de consumidores que promete ser cada vez mais influente no futuro do comércio digital.

Este panorama não apenas desafia as empresas existentes a repensar suas estratégias, mas também oferece uma janela de oportunidade para novos entrantes que podem navegar nesse ambiente dinâmico com soluções criativas e adaptativas.

Portanto, agir com presteza e inteligência estratégica será fundamental para quem deseja não apenas participar, mas liderar no próximo capítulo do comércio digital global.