

CONFERÊNCIA | X Conferência Internacional - QSP SUMMIT 2016

# A Nova Era da Globalização

Assistimos a mais uma edição do Ciclo de Conferências, de relevo internacional, que têm vindo a ser desenvolvidas pela QSP - Consultoria de Marketing, desta feita apresentada na Exponor, no passado dia 10 de Março.

A QSP tem trazido até nós diversos líderes excepcionais de algumas das marcas mundiais, conduzindo o público à abordagem e reflexão de temas vários, revelando e antecipando oportunidades, tendências e desafios de mercado.

O tema desta 10ª edição, "The New Global Age" (A Nova Era da Globalização), centrou-se na reflexão sobre os novos desafios que nos são impostos nesta Nova Era da Globalização, tentando encontrar estratégias para os ultrapassar, fazendo com que as Empresas possam adaptar-se e seguir um rumo adequado ao sucesso esperado.

Na senda de condução à reflexão referida, foram vários os oradores convidados, de altíssimo reconhecimento internacional nas áreas da Gestão e do Marketing, que ajudaram a delinear uma nova visão de mercado, cujos contributos individuais apresentamos sucintamente:

**Kenichi Ohmae (Chancellor, Business Breakthrough University, President and CEO, Business Breakthrough, Inc.)**

Conhecido como "Mr. Strategy", Guru de Gestão do Japão, levou-nos a considerar a Nova Era Global, como uma economia interligada e sem fronteiras. No Século XXI, a concorrência dependerá da forma de alavancagem da multiplicidade, do espaço cibernético e do alcance global.

**Especiais enfoques:**

Na aprendizagem com os mais novos, cujo ADN inclui já o funcionamento das novas tecnologias;

Na gestão do espaço cibernético, como potenciadora da criação de novos negócios, alavancados no Crowdsourcing, Crowdfunding e Cloud computing;

No conhecimento dos consumidores e concorrentes, a nível mundial, como chave de sobrevivência.

**Giles Morrison (Global Creative Excellence Director, Unilever)**

O negócio deverá promover a sustentabilidade, relevando o propósito de compromisso e responsabilidade social; o crescimento será exponencial, desde que se consiga elevar a vida sustentável a um lugar-comum.

Apresenta um ciclo virtuoso, com impacto no dia-a-dia, que apenas as marcas com propósito poderão vir a alcançar. O crescimento das marcas sustenta-se em três pilares fundamen-

tais: - Pessoas; Emoção; Magia.

O gap entre atitude e ação é cada vez menor, levando as marcas a reinventarem o seu propósito.

Em termos de Marketing a mudança verifica-se passando do Marketing a partir das pessoas e das suas necessidades individuais, para um Marketing destinado às pessoas.

A comunicação global vs local é imprescindível, atendendo à interação das pessoas com as marcas. O uso da internet, Inteligência Artificial e das Redes Sociais é uma oportunidade que potenciará essa interação e se traduzirá no sucesso das marcas, dos negócios.

**Amitava Chattopadhyay (Chaired Professor of Corporate Innovation, GlaxoSmithKline, Professor of Marketing, INSAED)**

Reflete sobre a construção de um negócio global, rentável e competitivo, levada a cabo por pequenas empresas em mercados emergentes, competindo com empresas de maior dimensão e recursos. A estratégia inerente, revelando sempre um posicionamento de mentalidade vencedora, remete para um foco na definição do público-alvo, na otimização dos recursos limitados, em processos de inovação rápidos e na conceção e apresentação de produtos acessíveis. Admite-se que as multinacionais estabelecidas nos novos mercados emergentes, muito possam aprender com estas empresas, tornando-se mais eficazmente competitivas.

**David Shing (Digital Prophet, ADL)**

Conduz-nos a uma discussão sobre a rutura da tecnologia e a forma como esta mudança se traduz no comportamento, mais do que na alteração da necessidade, relevando a transição da era da informação para a era da conversação. Este é o momento de inovar, através do envolvimento das pessoas.

**Jeannley Mullen (Chairwoman, Internet Marketing Association, Women Leaders Group)**

O mundo é dominado pela informação, em que a opinião dos consumidores é cada vez mais importante. Torna-se essencial o cruzamento das opiniões dos clientes, visando o controlo de situações futuras.

Neste contexto, apresenta o Marketing de Convergência, como forma de identificação dos influenciadores atuais, controlando e revigorando o negócio e a projeção da marca, deixando os clientes dominar.

**Scott Moore (Founder & President, M32 Partners)**

A nova Era do Compromisso é tema central do debate apresentado. Enquanto se apresentam novas regras relativas aos níveis de envolvimento entre as marcas e os consumidores, reflete-se sobre a necessidade de potenciar este relacionamento, em prol do negócio.

Toda a cultura corporativa deverá enquadrar esta estratégia de envolvimento, enquanto impulsionadora do compromisso com os seus clientes. Este novo enquadramento exigirá a formulação de novas estratégias e táticas, devendo passar a fazer parte dos indicadores de desempenho, além dos tradicionalmente utilizados.

**Business Trends Forum**

Para além deste espaço de reflexão acima apresentado, esta edição proporcionou um Business Trends Forum, numa partilha da visão dos mais prestigiados empresários portugueses sobre as tendências dos negócios e da gestão no mercado global. Salientamos a participação dos oradores António Rios Amorim (Corteira Amorim), Fernando da Cunha Guedes (Sogrape), Filipe de Botton (Logoplaste) e Paulo Azevedo (Sonae), moderados por António Lobo Xavier.

Tiveram ainda lugar oito worklabs temáticos, reforçando a partilha de conhecimento em áreas bem distintas:

**Business in China and India (Orador: Kenichi Ohmae; Moderador: Miguel Seixas)**

**Connected (Oradores: Lindsey McInerney, Virginia Coutinho; Fernando Oliveira; Moderador: Rui Ventura)**

**Talent Management (Orador: Rui Nascimento Alves; Moderador: Hélder Pais)**

**Innovation (Orador: Jonathan Oliver; Moderador: Alexandre Oliveira)**

**Health Cluster Forum (Orador: Isabel Vaz; Manuel Sobrinho Simões; Moderador: Duarte Araújo)**

**International Protocol (Orador: Isabel Amaral; Moderador: Pedro Correia)**

**The New Normal (Orador: Jeremy Abbett; Moderador: João Galveias)**

**Fashion and Textile Industry Trends (Orador: Miguel Vieira, Ana Campos; Hélder Rosendo; Moderador: Paulo Vaz)**

A realização de eventos como este, pela sua magnífica abrangência, oportunidade de reflexão e debate sobre temas cruciais da atualidade, revela-se da maior pertinência e importância, não podendo deixar de congratular a QSP - Consultoria de Marketing pela forma exímia com que sempre conduz a sua preparação e apresentação.