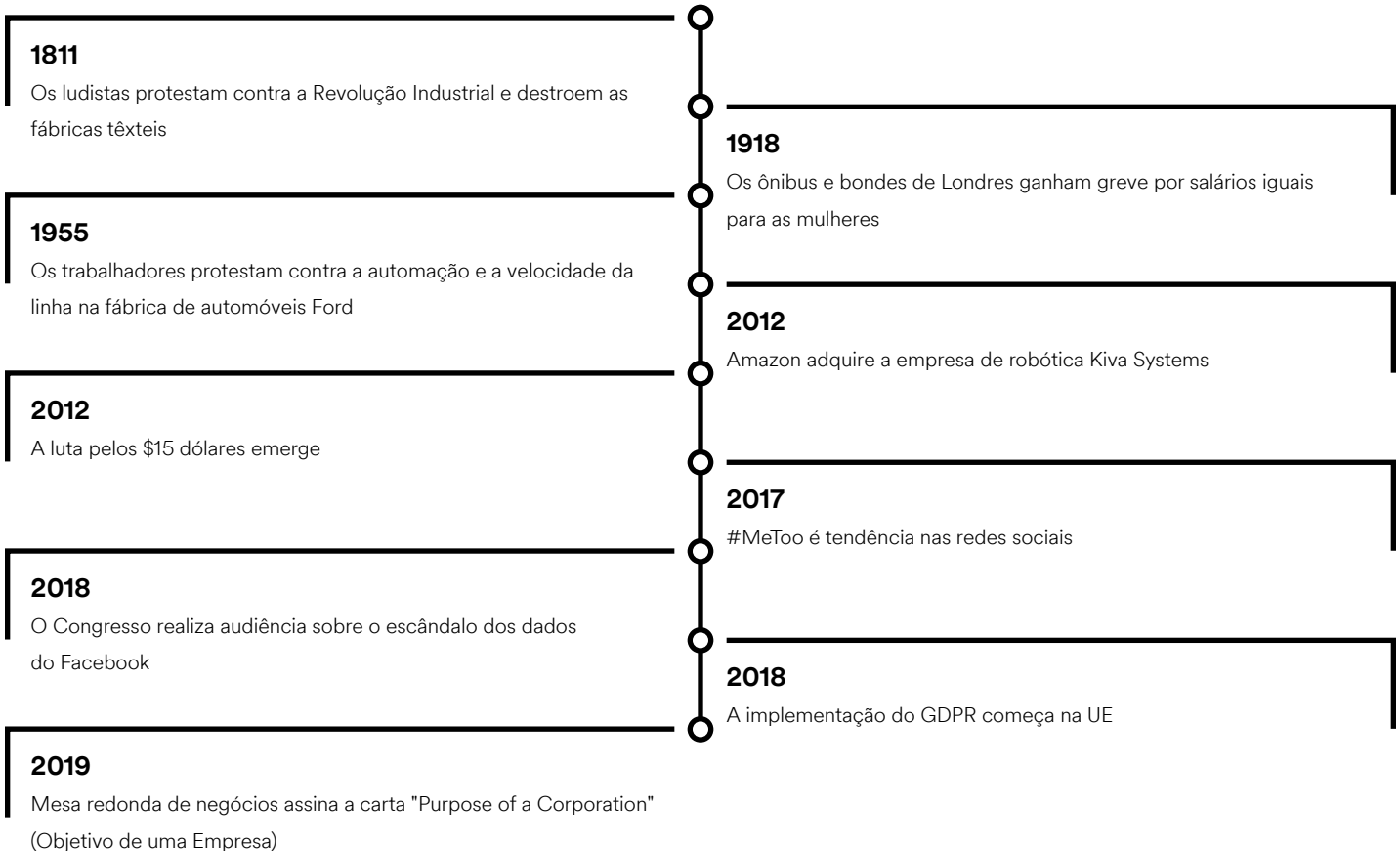


A Ascensão do Indivíduo

**Valorize-me: As expectativas de
mudança das empresas**

Valorize-me: As expectativas de mudança das empresas



Acontecimentos atuais

Expectativas comerciais crescentes. Na última década, os indivíduos passaram a desconfiar dos grandes negócios e a questionar os benefícios do capitalismo. 56% da população global pesquisada no Estudo Barômetro Edelman Trust 2020 acreditam que o capitalismo faz mais mal do que bem, e a desigualdade de renda está aumentando em todo o mundo. Além disso, mais de 50% dos entrevistados acreditam que a ameaça iminente da automação cria desconfiança em relação a seus empregadores. Empresas como a Amazon sempre estiveram no centro das atenções por seu forte impulso à automação, mas não estão sozinhas, outras empresas tão diversas como a Best Buy, Tesla e Adidas investiram

fortemente na automação das suas fábricas ou lojas de varejo, o que lhes trouxe grandes benefícios, mas também uma preocupação crescente. Além da percepção pública e do investimento em tecnologia, movimentos sociais como o #MeToo expuseram comportamentos corruptos nos mais altos níveis de gestão corporativa. Múltiplas corporações, tais como Nike, Uber e Vox Media, têm sido fortemente criticadas por sua cultura corporativa tóxica e pela falta de diversidade. Embora estes possam parecer incidentes isolados, empresas em todo o mundo notaram a tendência preocupante e decidiram tomar medidas. Na cúpula do G7 de 2019, 34 empresas multinacionais líderes, incluindo Ikea e Unilever, se comprometeram a combater a desigualdade e a diversidade no local de trabalho para dar um exemplo ao resto do mundo dos negócios. Além disso, em agosto de

2019, 181 CEOs, incluindo Mike Roman, da 3M, assinaram o "Purpose of a Corporation" da Mesa Redonda de Negócios, um compromisso de se afastar da primazia dos acionistas e assumir compromissos com todas as partes interessadas (clientes, funcionários, fornecedores, comunidades e acionistas).

Aumento da demanda por gerenciamento responsável dos dados. No seu relatório 2020 sobre a experiência do cliente digital, a Simplifier Media Group descobriu pela primeira vez que os clientes viam a privacidade dos dados como um diferencial competitivo para as empresas. De acordo com uma pesquisa realizada pela National Cyber Security Alliance (NCSA) Consumer Privacy Index, 89% dos entrevistados disseram que não fariam negócios com uma empresa que não protegesse seus dados on-line. Na última década, houve muitas violações de dados de alto nível, tais como Equifax e Sony, o que levou a protestos públicos e ações mais duras por parte dos reguladores sobre privacidade de dados. No início deste ano, em um esforço para resolver essas preocupações, a Califórnia implementou uma lei abrangente de privacidade de dados, a CCPA, em linha com o GDPR da UE, dando aos clientes mais controle sobre os dados coletados sobre eles. A lei chega ao ponto de conceder aos clientes o "direito de serem esquecidos" por uma empresa. Importantes leis de privacidade também surgiram no México, no Brasil, no Peru e na Colômbia. As conversas sobre privacidade de dados também se espalharam pela saúde e levaram a um debate sobre se as proteções da Lei de Portabilidade e Prestação de Contas do Seguro de Saúde dos EUA (HIPAA) são suficientes na era

das grandes tecnologias. O uso de dados de pacientes pelo Google ficou sob análise do Congresso dos EUA em 2018 e destacou o alcance das grandes tecnologias nos dados dos consumidores.

Expectativas futuras

As demandas pela igualdade e privacidade serão alguns dos assuntos mais dominantes da próxima década. A tecnologia se tornará mais proeminente em todas as áreas. A concentração da riqueza e as possibilidades de exploração aumentarão. Isto será cumprido através do aumento dos controles e equilíbrios impostos pelos reguladores e empresas para salvaguardar os indivíduos.

Os consumidores estão procurando que as empresas sejam bons cidadãos corporativos. Isto poderia significar o pagamento de salários justos e a realização de negócios sustentáveis, mas isso significará prioridades diferentes para pessoas diferentes. Por outro lado, o aumento da automação está em ascensão, e as empresas preparando suas forças de trabalho para um futuro mais automatizado estão dando os passos certos. Automação e interrupção do trabalho andam de mãos dadas, mas o treinamento e a preparação da força de trabalho agora permitirão uma transição bem sucedida no futuro. É quase impossível recuperar a confiança uma vez perdida, portanto, as empresas devem planejar e agir para preservar a confiança acima de tudo. Assim, as empresas devem tomar nota da crescente desconfiança das corporações e tomar medidas proativas para mitigar essas preocupações.



As empresas e os indivíduos aproveitarão os dados e a inteligência artificial para obter uma vantagem no mercado, mas a regulamentação da privacidade dos dados surgirá inevitavelmente para proporcionar maiores controles e equilíbrios. As empresas podem esperar ver muitas significativas do CCPA e casos de privacidade marcantes que irão favorecer os indivíduos. Espera-se que um dilúvio de dados venha com o amadurecimento da IoT, mas ele será acompanhado por seus próprios novos regulamentos para salvaguardar ainda mais a privacidade individual. Será

imperativo que as empresas se mantenham no topo das novas regulamentações para garantir o cumprimento e prever futuras regulamentações, a fim de planejar com antecedência e minimizar as perturbações. Impulsionada por uma forte demanda, a privacidade dos dados se tornará uma competência central e um diferencial competitivo para alguns. Espera-se que muitas empresas incluam a intenção de proteger a privacidade em suas declarações de missão para impressionar os clientes sobre sua seriedade nesta questão.

**A Ascensão
do Indivíduo**



**Otimize-me: O
aumento de
atualizações
personalizadas**



**Escute-me: A
crescente influência
da voz digital**



**Pague-me: A
ascensão de modelos
de negócios
democratizados**

