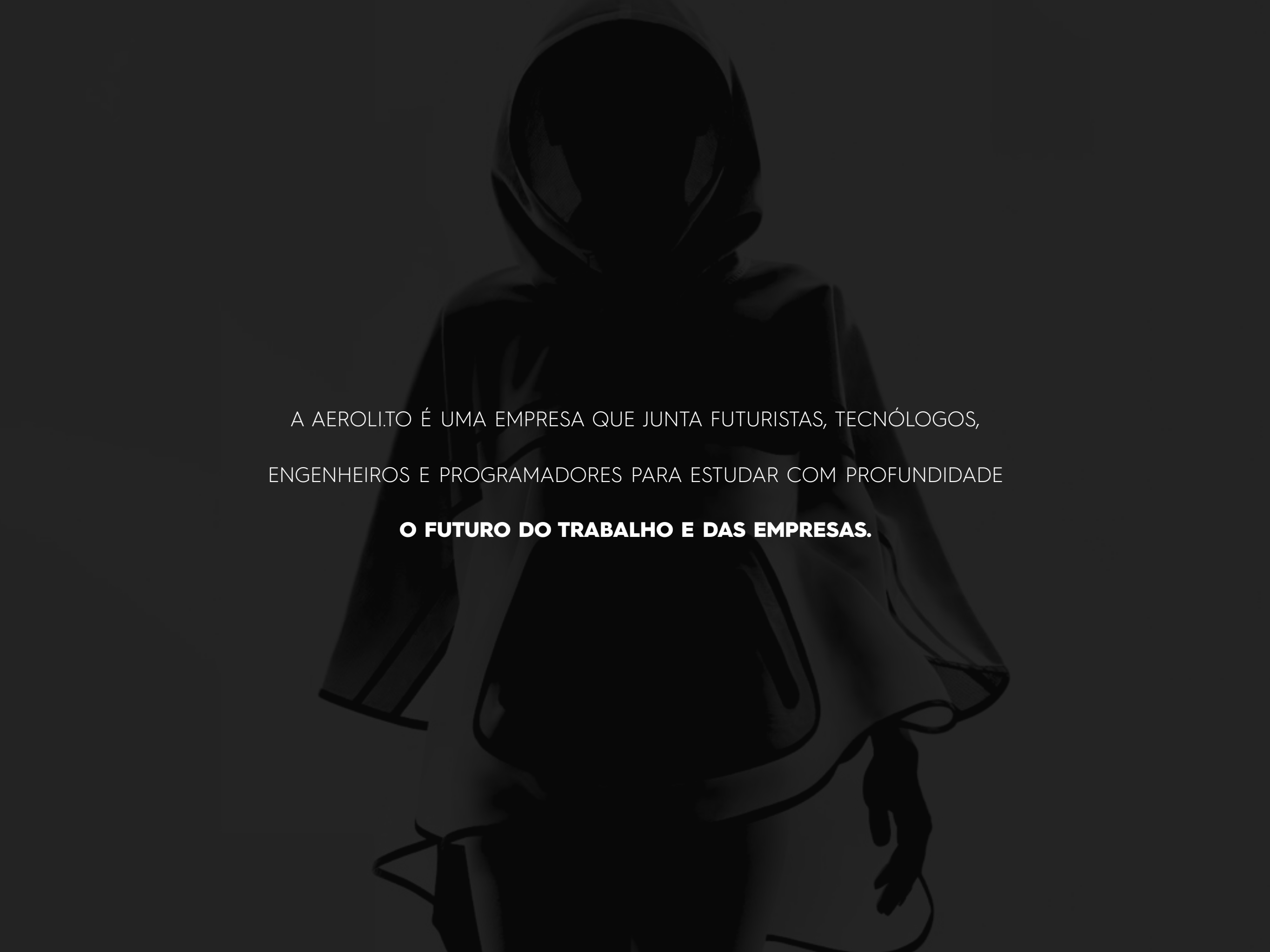




FRIENDS OF

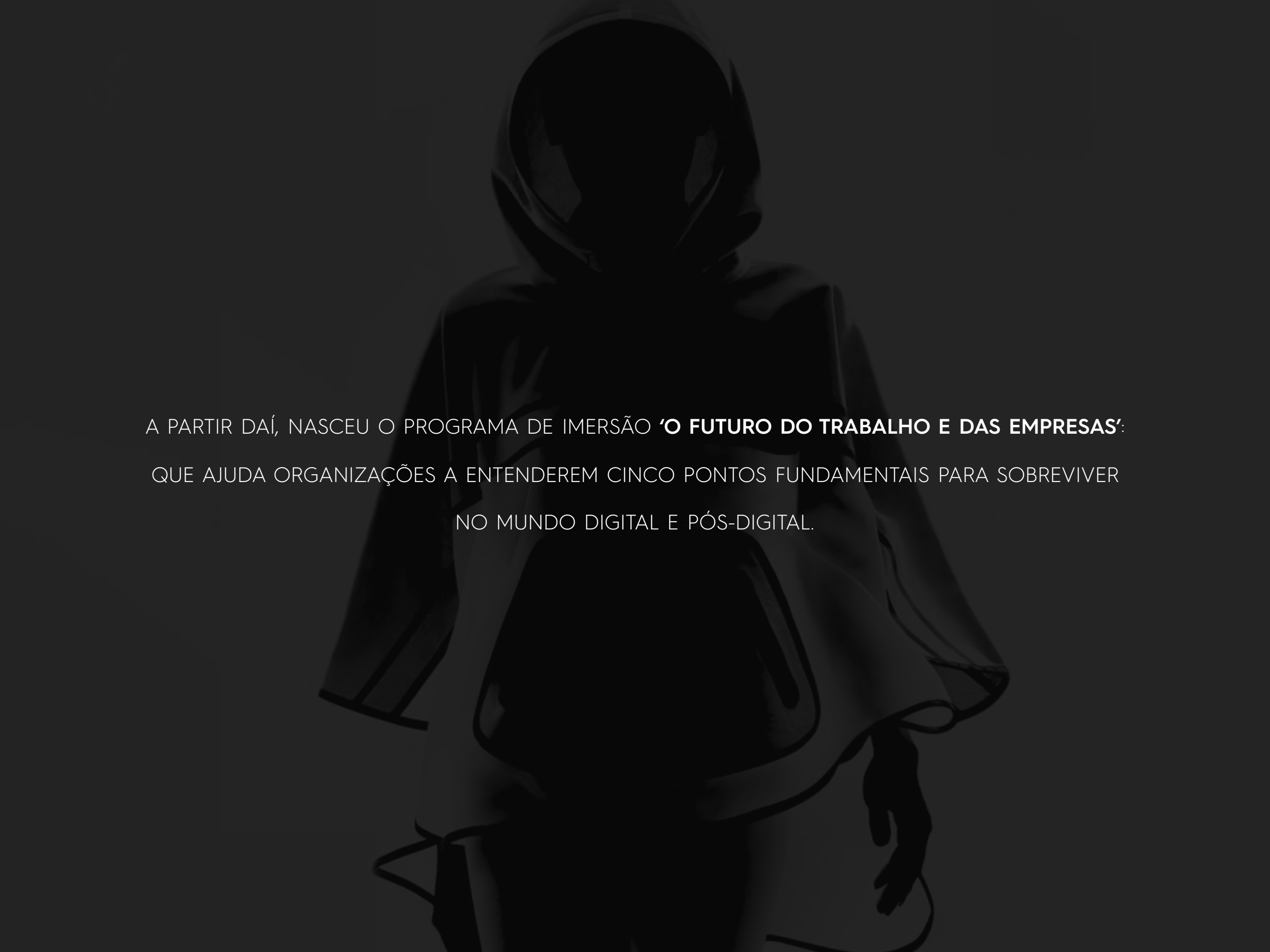
TOMORROW

IN COMPANY

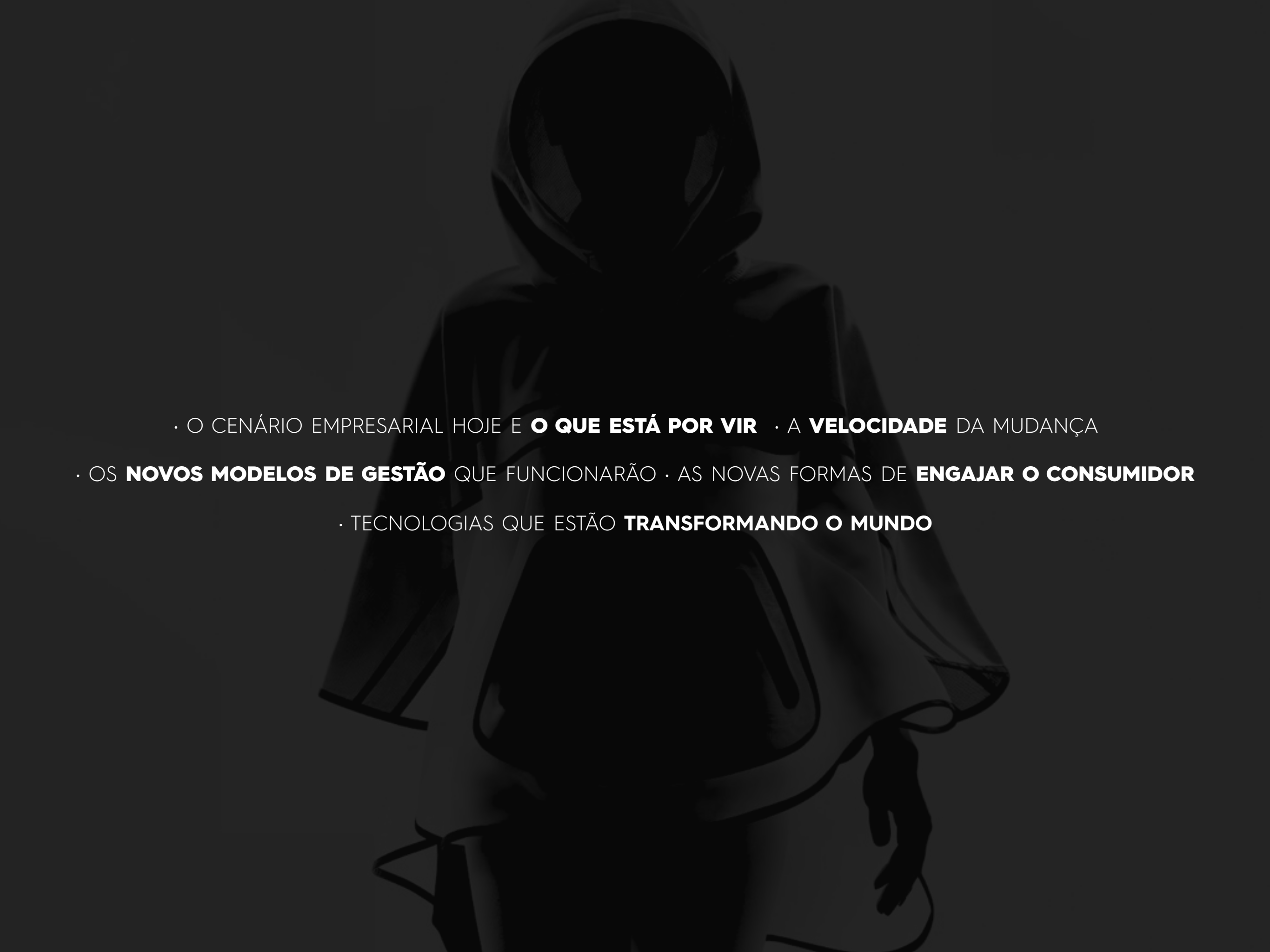


A AEROLITO É UMA EMPRESA QUE JUNTA FUTURISTAS, TECNÓLOGOS,
ENGENHEIROS E PROGRAMADORES PARA ESTUDAR COM PROFUNDIDADE

O FUTURO DO TRABALHO E DAS EMPRESAS.



A PARTIR DAÍ, NASCEU O PROGRAMA DE IMERSÃO **'O FUTURO DO TRABALHO E DAS EMPRESAS'**:
QUE AJUDA ORGANIZAÇÕES A ENTENDEREM CINCO PONTOS FUNDAMENTAIS PARA SOBREVIVER
NO MUNDO DIGITAL E PÓS-DIGITAL.


- 
- O CENÁRIO EMPRESARIAL HOJE E **O QUE ESTÁ POR VIR** · A **VELOCIDADE** DA MUDANÇA
 - OS **NOVOS MODELOS DE GESTÃO** QUE FUNCIONARÃO · AS NOVAS FORMAS DE **ENGAJAR O CONSUMIDOR**
 - TECNOLOGIAS QUE ESTÃO **TRANSFORMANDO O MUNDO**


A dark silhouette of a person wearing a hooded jacket, standing with arms slightly away from the body. The person is centered in the frame against a dark background.

Coca-Cola


CHEVROLET


 GERDAU

Walmart 

 BANCO DO BRASIL


Localiza



 Unilever

ALGUMAS EMPRESAS QUE JÁ OUVIRAM AS IDEIAS DE FUTURO DA **AEROLITO**.



O PROGRAMA CONTA COM A PARTICIPAÇÃO COMO PROFESSOR/CURADOR DO FUTURISTA TIAGO MATTOS.
FORMADO PELO GSP DA SINGULARITY UNIVERSITY (PROJETO DE DEZ SEMANAS ORGANIZADO PELA NASA + GOOGLE
- E CUJO CRITÉRIO DE SELEÇÃO É **A CAPACIDADE DE IMPACTAR UM BILHÃO DE PESSOAS**).



152

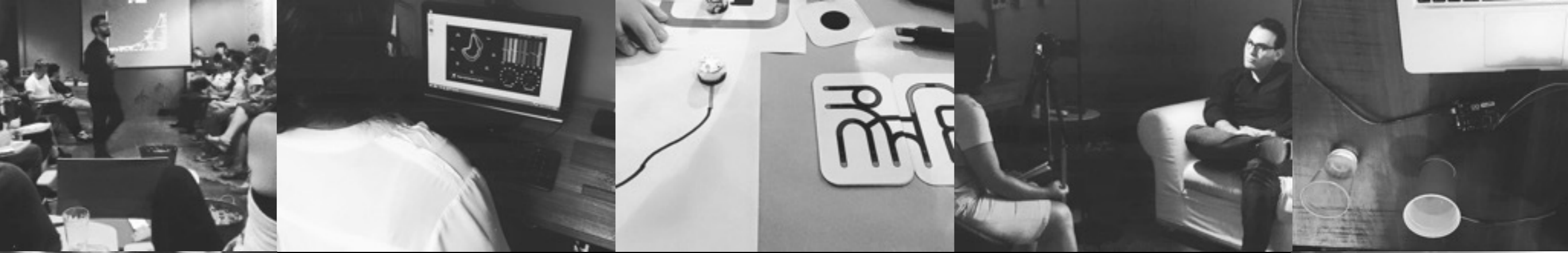


Welcome to NASA
Ames Research Center

TIAGO TAMBÉM ESTUDOU FUTURO DO TRABALHO NO MIT, EM HARVARD E NO INSTITUTE FOR THE FUTURE.

É PROFESSOR DA DISCIPLINA DE FUTURO DO TRANS-DISCIPLINARY INNOVATION PROGRAM: PROJETO DA UNIVERSIDADE

HEBRAICA DE JERUSALÉM ONDE OS ALUNOS PODEM OUVIR E INTERAGIR COM **14 PRÊMIOS NOBEL.**



OS ENCONTROS TÊM UMA **METODOLOGIA PRÓPRIA**:
MISTURA AULAS EXPOSITIVAS, CO-CRIAÇÃO E EXPERIÊNCIAS PRÁTICAS.



DIA 1 – MANHÃ

1. Como é o modelo da maioria das empresas: porque, se não mudar, não vão sobreviver?

2. Qual é o novo modelo de negócio/gestão que as empresas devem seguir?

DIA 1 – TARDE

3. O Futuro do Trabalho, das Empresas e das Indústrias: os modelos da Singularity, MIT & Institute for the Future.

4. O Futuro do Trabalho, das Empresas e das Indústrias: os modelos da Singularity, MIT & Institute for the Future - parte 2.

DIA 2 – MANHÃ

5. Novas Tecnologias Invadindo o Trabalho: o que você precisa saber que já existe.

6. Novo Consumidor: como ele vai comprar e o que vai gerar engajamento.

DIA 2 – TARDE

7. Um recorte específico para o seu mercado: o que está acontecendo na sua área?

8. Processamento final: um passo-a-passo para botar tudo isso em prática na próxima semana.



1. COMO É O MODELO DA MAIORIA DAS EMPRESAS: POR QUE, SE NÃO MUDAREM, NÃO VÃO SOBREVIVER?

Neste encontro, fazemos um raio-x do modelo empresarial da grande maioria das organizações.

Explicamos, também, por que isso não faz mais sentido no mundo de hoje.

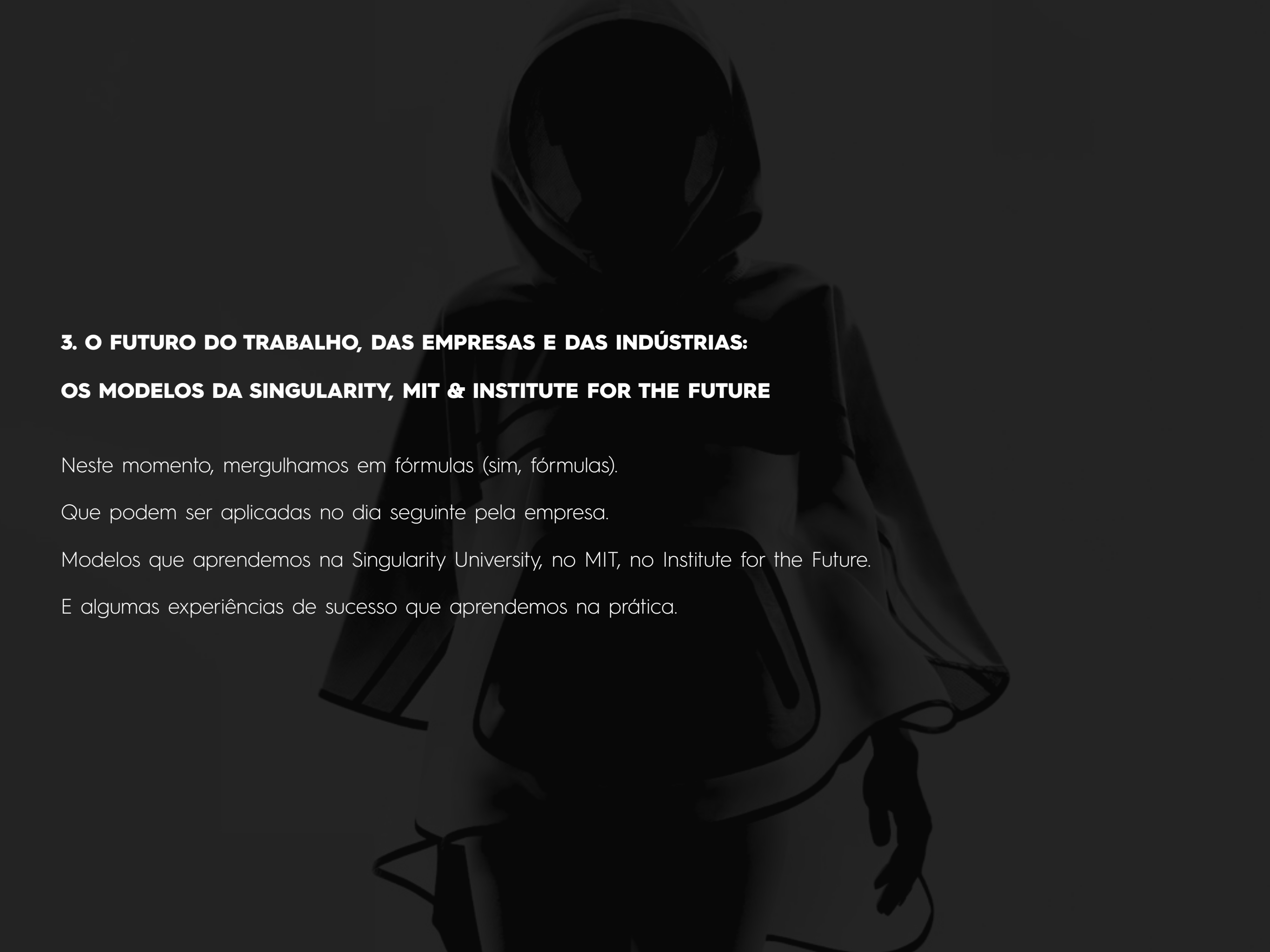


2. QUAL É O NOVO MODELO DE NEGÓCIO/GESTÃO QUE AS EMPRESAS DEVEM SEGUIR?

Aqui, trazemos um novo modelo de negócios/gestão.

Os modelos que estão sendo implementado pela grande maioria das empresas que lideram o panorama digital.

Modelos que tornam as estruturas mais leves, ágeis, inovadoras e competitivas.



3. O FUTURO DO TRABALHO, DAS EMPRESAS E DAS INDÚSTRIAS: OS MODELOS DA SINGULARITY, MIT & INSTITUTE FOR THE FUTURE

Neste momento, mergulhamos em fórmulas (sim, fórmulas).

Que podem ser aplicadas no dia seguinte pela empresa.

Modelos que aprendemos na Singularity University, no MIT, no Institute for the Future.

E algumas experiências de sucesso que aprendemos na prática.



4. O FUTURO DO TRABALHO, DAS EMPRESAS E DAS INDÚSTRIAS: OS MODELOS DA SINGULARITY, MIT & INSTITUTE FOR THE FUTURE – PARTE II

Aqui, continuamos a conversa, apresentando cases de vários mercados.



5. NOVAS TECNOLOGIAS INVADINDO O TRABALHO:

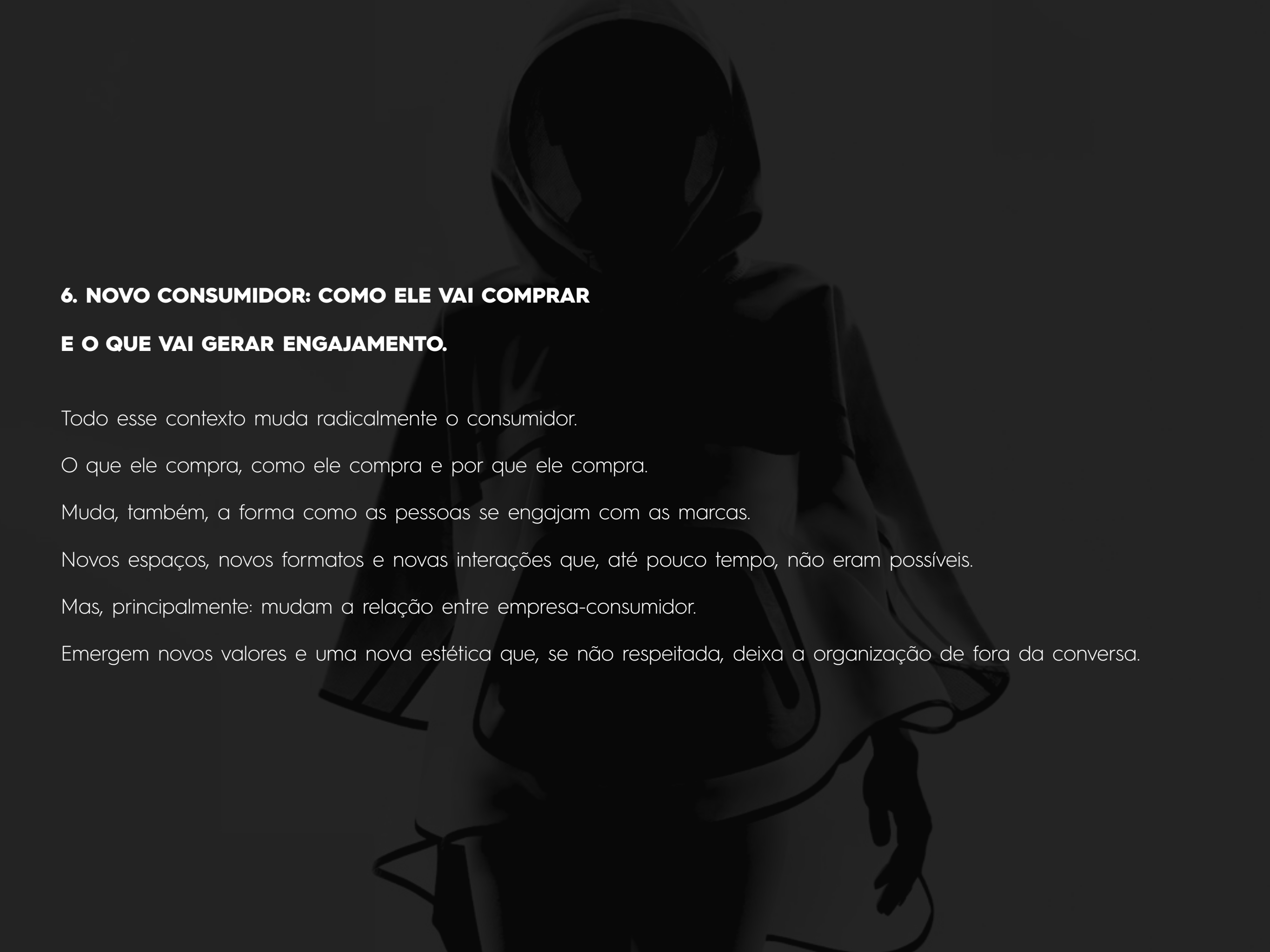
O QUE VOCÊ PRECISA SABER QUE JÁ EXISTE.

Antigamente, as tecnologias disruptivas eram criadas apenas pelas grandes empresas.

Hoje em dia, elas nascem nos lugares mais improváveis.

Crowfundings, garagens, hackatons, laboratórios independentes.

Incrivelmente, muitas lideranças não estão atentas ao que já existe – e que tem o potencial de transformar mercados inteiros.



6. NOVO CONSUMIDOR: COMO ELE VAI COMPRAR E O QUE VAI GERAR ENGAJAMENTO.

Todo esse contexto muda radicalmente o consumidor.

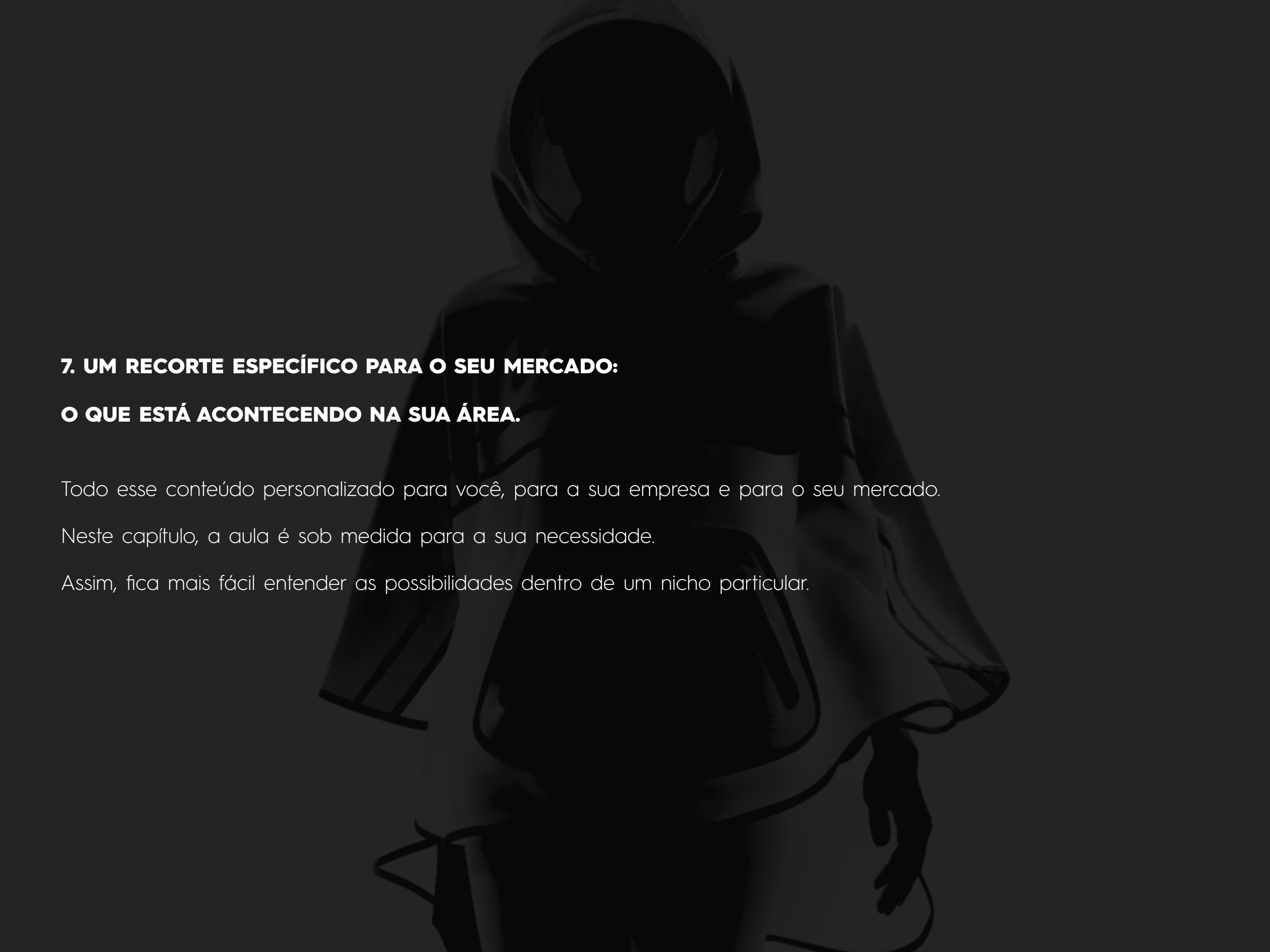
O que ele compra, como ele compra e por que ele compra.

Muda, também, a forma como as pessoas se engajam com as marcas.

Novos espaços, novos formatos e novas interações que, até pouco tempo, não eram possíveis.

Mas, principalmente: mudam a relação entre empresa-consumidor.

Emergem novos valores e uma nova estética que, se não respeitada, deixa a organização de fora da conversa.

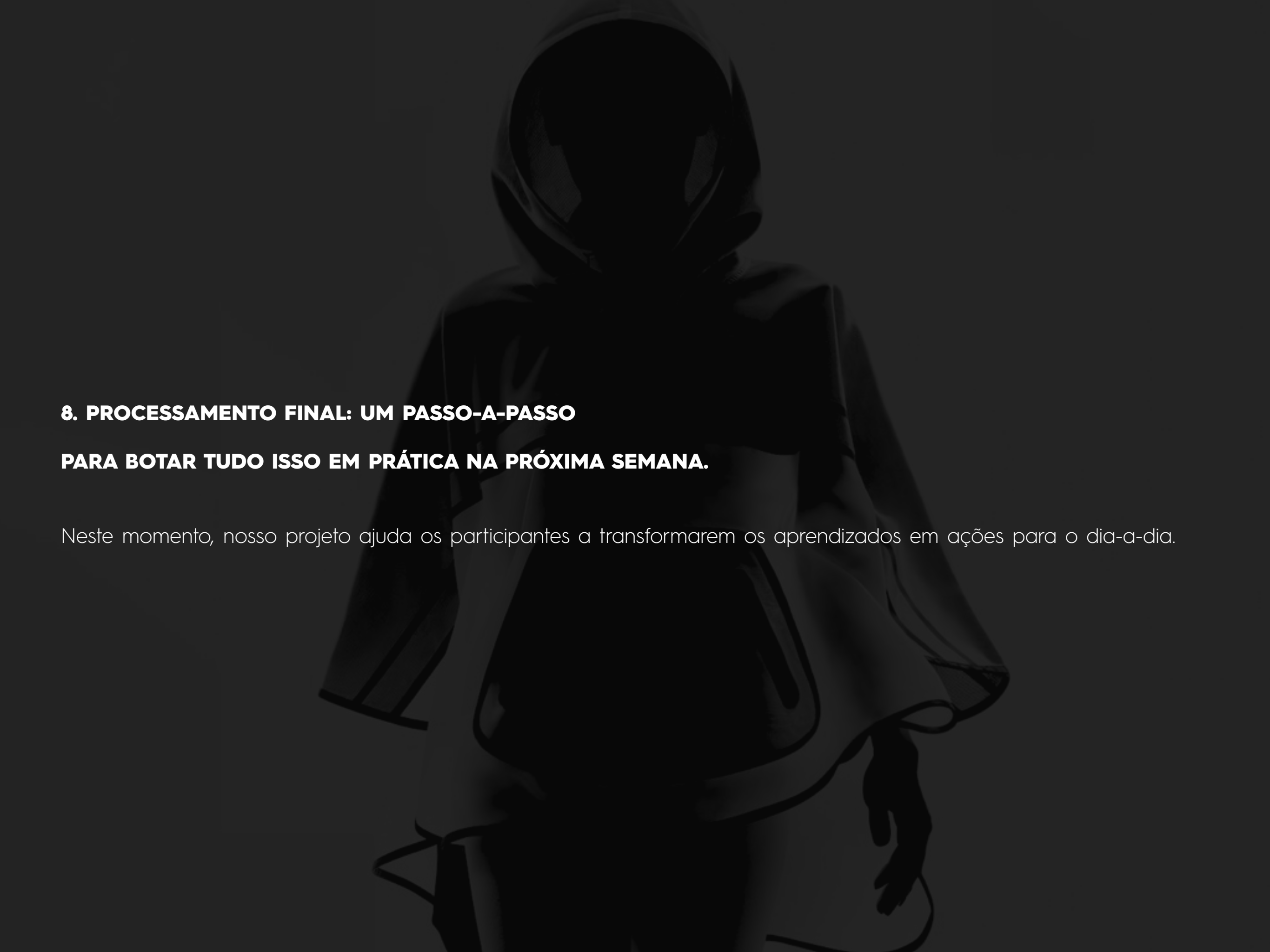


7. UM RECORTE ESPECÍFICO PARA O SEU MERCADO: O QUE ESTÁ ACONTECENDO NA SUA ÁREA.

Todo esse conteúdo personalizado para você, para a sua empresa e para o seu mercado.

Neste capítulo, a aula é sob medida para a sua necessidade.

Assim, fica mais fácil entender as possibilidades dentro de um nicho particular.



**8. PROCESSAMENTO FINAL: UM PASSO-A-PASSO
PARA BOTAR TUDO ISSO EM PRÁTICA NA PRÓXIMA SEMANA.**

Neste momento, nosso projeto ajuda os participantes a transformarem os aprendizados em ações para o dia-a-dia.

