

SUPERBRANDS

Opinião. A excelência das Marcas vai muito além da tecnologia



Pedro Diogo Vaz

20.11.2017 10:48

Numa sociedade cada vez mais desintermediada e transparente, as Marcas serão tão mais bem sucedidas quanto melhor conseguirem desenvolver o poder de adaptabilidade

As inovações tecnológicas têm imposto à Humanidade, que encontre em si uma das características mais distintivas da espécie humana: a capacidade de adaptação.

As revoluções impostas por esses momentos de inovação disruptiva impõem, por sua vez, transformações sociais que têm sido mais drásticas e – acima de tudo – marcadas por ciclos cada vez mais curtos: a era da industrialização durou cerca de um século; a informatização permitiu

mudanças radicais na sociedade ao longo dos últimos 30 anos; o universo das redes sociais impôs adaptações drásticas num período de pouco mais de 10 anos e hoje olhamos para a inteligência artificial e para a robótica como uma “tendência” que já entra pelas nossas casas e que, muito breve, estará massificada, obrigando a uma refundação de muitas das práticas sociais, tal como as conhecemos hoje.

No meio destes aceleradores e destes fenómenos *hype* qual será o papel das Marcas na nova ordem social?

As Marcas continuam a ser a forma dos negócios – independentemente da tecnologia em que se baseiam – afirmarem um propósito e uma proposta de experiência que possam ser relevantes para a sociedade e para os consumidores.

Numa sociedade cada vez mais desintermediada e transparente, as Marcas serão tão mais bem sucedidas quanto melhor conseguirem desenvolver este seu poder de adaptabilidade, desde que alicerçadas em princípios e práticas de genuinidade: genuínas na proposta de valor que apresentam, genuínas nas práticas internas que adotam, genuínas na forma como se relacionam com os seus *stakeholders*, aportando propósitos que genuinamente contribuam para o bem geral da sociedade.

As Marcas de Excelência serão sempre as que se destacam da sua concorrência nos mercados em que operam, exatamente pela sua capacidade de gerir estes ciclos de mudança cada vez mais acelerados, mantendo-se fieis a princípios e a promessas reconhecidamente coerentes e relevantes, em cada momento.