



AMP LIFYYOU

SUMÁRIO EXECUTIVO

TECNOLOGIA PARA AS PESSOAS

A era das organizações inteligentes


accenture


Durante anos, assistimos à disrupção da tecnologia no nosso mundo. Desde a chegada da internet até aos smartphones, nas últimas três décadas as pessoas mudaram a forma como trabalham e vivem para se adaptarem a cada nova tecnologia que surgiu.

AMPLIFY YOU

Hoje, as mudanças continuam à nossa volta, mas de forma cada vez mais rápida. Porém, de uma forma crescente, as pessoas já não se adaptam à tecnologia – é a tecnologia que se adapta às pessoas. De facto, sempre que uma experiência é personalizada, ou quando a tecnologia antevê as necessidades das pessoas, somos colocados no comando para que os nossos desejos sejam percebidos. À medida que a tecnologia se torna mais sofisticada, deixa de ser a tecnologia a levar à mudança, para sermos nós próprios. Desta forma, estamos a utilizar a tecnologia para a disrupção de nós mesmos.

A revolução digital que enfrentamos actualmente não se traduz numa tomada do controlo por parte dos robôs, mas sim numa era de fortalecimento do papel das pessoas na sociedade, onde as tecnologias serão desenvolvidas para complementar-nos, e não para nos substituir. Nunca mais nos iremos questionar sobre como os últimos avanços mudarão a nossa vida; somos nós próprios que estamos a desenhar o mundo para se ajustar às nossas necessidades.

Agora, mais do que nunca, nós enquanto humanos somos donos do nosso próprio destino. E as razões desta nova realidade podem ser surpreendentes.



No trabalho, recorremos à inteligência artificial (AI) e às máquinas para conseguirmos fazer melhor o nosso trabalho: A Rhizabot, por exemplo, simplifica a gestão dos negócios ao analisar uma pergunta em linguagem natural e traduzindo-a depois em múltiplos valores que podem ser utilizados em diversas bases de dados.¹ Utilizamos comunicações sofisticadas e tecnologias colaborativas para trabalhar com colegas do outro lado do mundo, independentemente de serem humanos ou não, e sabendo que, muitos deles nunca iremos conhecer. Vemos também organizações a estabelecer parcerias com concorrentes usando plataformas tecnológicas para criarem novos projetos como é o exemplo da Philips ou Qualcomm Life que trabalham em conjunto de forma a alargarem a oferta na área da saúde.

As indústrias que pareciam impossíveis de serem digitalizadas, estão a mudar com os impactos da AI, IoT e Big Data Analytics, o que pode trazer um impacto muito positivo para a sociedade. A iRobot, empresa conhecida por criar o Roomba, está a trabalhar com biólogos marinhos para lançar um robô inteligente de patrulha marítima que faça a gestão das espécies invasoras de forma a proteger as populações de peixes nativos. Adicionalmente, indústrias desenvolvidas, como é o exemplo da agricultura de precisão, estão a aumentar a sua produção de forma a responder à procura por parte da crescente população humana.²

A tecnologia não está apenas a transformar os negócios mas também a fortalecer as capacidades das pessoas. Por exemplo, a forma como a evolução do vídeo transformou a maneira como vemos e interagimos com o mundo. As primeiras emissões de televisão transmitiam uma visão enviesada e única, o que fazia com que para além das pessoas partilharem uma única versão dos acontecimentos, também estivessem sujeitas à influência dos criadores dos conteúdos. Em menos de um século, fizemos a transição para um mundo on-line com milhões de perspetivas, vindas dos governos, das empresas, e mais importante, das pessoas. Temos assim, uma verdadeira cultura viva, onde tecnologias como o Periscope e o Facebook Live permitem que qualquer pessoa possa fazer a sua transmissão ou ligar-se a qualquer momento – nos seus próprios termos.³

A era digital não está apenas a dar-nos novas ferramentas. Podemos prever um futuro onde a capacidade quase ilimitada da computação quântica irá solucionar problemas difíceis com novos contornos e em múltiplas indústrias, ou onde robôs e AI trabalham lado a lado com pessoas em diferentes áreas, e assim transformar o Mundo de uma forma como nunca antes foi possível. E com esta profunda mudança, as empresas terão a oportunidade de estabelecer o seu lugar na próxima evolução da sociedade.

A TECNOLOGIA AINDA É A RESPOSTA, **MAS PARA UMA NOVA QUESTÃO**

A tecnologia é a chave para mudarmos o mundo à nossa volta. E também está a dar às empresas uma oportunidade de se desenvolverem na nova sociedade digital. Qual o passo seguinte? Usar a tecnologia para capacitar as pessoas.

Um exemplo disto, pode ser visto na empresa CVS Health. Esta empresa de saúde passou de uma loja de rua que apenas preenchia prescrições para uma fornecedora de serviços básicos de saúde a um preço acessível, profundamente ligada à vida dos clientes. A CVS está a fazer um trabalho notório de proximidade ao serviço de saúde e para permitir esta mudança, está a adotar a tecnologia para colocar a saúde de cada cliente no centro do seu negócio. Com o seu smartwatch, os clientes podem configurar lembretes personalizados para tomar os seus medicamentos, tirar fotografias das suas receitas para fazerem novos pedidos e até digitalizar o cartão do seguro de saúde, para que as clínicas tenham sempre acesso à informação mais atualizada.⁴

Na CVS Health-operated Minute Clinics, os clientes podem receber tratamentos para doenças comuns, levar vacinas contra a gripe, fazer exames ao colesterol e mais um conjunto de outros serviços médicos – com reservas e pagamentos on-line. Para as pessoas que não conseguem aceder a um local físico, a CVS está a criar parcerias com várias empresas de serviços de telemedicina, como por exemplo o Teladoc, que disponibiliza aos pacientes acompanhamento via telefone ou vídeo chat.

A CVS está também a desenvolver a área da prevenção nos cuidados de saúde: a empresa é parceira da IBM na análise de dados permitindo prever exatamente quando o paciente precisará de atendimento médico urgente.⁵

A tecnologia tem capacitado as pessoas ao longo da história, desde a imprensa escrita até aos smartphones. Agora, estamos a usar a tecnologia de uma forma diferente e não apenas a integrá-la nas nossas vidas. À medida que a tecnologia se torna exponencialmente mais sofisticada, passamos a humanizar a tecnologia em si mesma.

Se pensarmos na tecnologia que usamos hoje comparada com a que usávamos apenas há uns anos: é cada vez mais interativa, com ecrãs táteis, realidade combinada e com o processamento de linguagem natural, e portanto cada vez mais parecida connosco. A tecnologia avançada é agora capaz de aprender, com recurso a análise contextual e reconhecimento de imagens, parecendo-se cada vez mais humana. E, talvez o melhor de tudo, a tecnologia pode agora adaptar-se constantemente aos nossos desejos e necessidades.

Esta tecnologia mais humanizada está a demonstrar os seus resultados, tanto na força de trabalho como na relação com os clientes. A IntelligentX Brewing Company, com sede em Londres, desenvolveu um sistema de AI para recolher e incorporar continuamente o feedback dos clientes, permitindo melhorar os seus produtos.

"A nossa solução de AI consegue interagir com todos os nossos clientes, e transmitir o feedback necessário para que a nossa cerveja evolua", diz Rob McInerney, co-fundador da IntelligentX. "O Cliente pode falar com o algoritmo sempre que beber uma cerveja.", acrescenta.

"As preferências das pessoas estão a mudar mais rápido do que nunca e a AI é a maneira perfeita para responder a esta mudança", diz o co-fundador da cervejeira Hew Leith. É desta forma que as empresas vão desenvolver a sua presença na vida das pessoas, e estabelecer o seu lugar no futuro da sociedade: por serem mais do que apenas um fornecedor de produtos e serviços. Com uma tecnologia que realmente responde às pessoas, com base nos seus desejos e necessidades, as empresas podem tornar-se verdadeiras parceiras.

Esta tecnologia mais humanizada está a demonstrar os seus resultados, tanto na força de trabalho como na relação com os clientes.

À medida que a tecnologia se adapta às nossas necessidades, interagindo connosco de forma mais natural, está a transformar o mundo num lugar "mais humano". Ao invés de serem as máquinas a definir o nosso mundo, são as pessoas que estão na liderança. A tecnologia está a proporcionar um potencial sem precedentes, que está a moldar as nossas vidas, as nossas indústrias e a nossa sociedade para atender às nossas necessidades. O que poderia ser mais humano do que isso?



O CAMINHO PARA **RELAÇÕES DE PARCERIA**

As empresas estão a capacitar as pessoas através da tecnologia, tirando partido de oportunidades cada vez maiores e mais dispersas. O potencial da hiper-personalização que a tecnologia agora possibilita, impulsiona os objetivos tanto ao nível industrial como ao nível dos indivíduos. As empresas digitais líderes já estão a começar o seu caminho com o objetivo de fazer grandes jogadas. A Philips está a procurar transformar os cuidados de saúde numa experiência abrangente e conectada, que acompanha e está acessível durante toda a vida das pessoas. O sucesso destas empresas passará pelo foco da sua tecnologia nas necessidades das pessoas, dando uma resposta humana e ajudando-nos nos nossos objetivos pessoais.

Aos olhos dos pacientes, os cuidados médicos conectados não são uma melhoria apenas pela tecnologia em si mesma. A personalização da tecnologia permite aos indivíduos controlarem a sua própria saúde, numa indústria que há muito é associada a interações impessoais e tempos de espera irrazoáveis. Empresas como a Philips e a CVS estão a ser bem-sucedidas devido à estratégia tecnológica de concentrar os seus esforços nas necessidades e condições de cada paciente. Através de apps e dispositivos conectados integrados na vida das pessoas, essas empresas estão a permitir que médicos e enfermeiros estejam ao lado de cada paciente, construindo um relacionamento mais próximo e mais pessoal ainda que proporcionem cuidados abrangentes - não são apenas reativos.

**Assim, o caminho para a liderança
passa por dar relevância às pessoas
numa escala global e individual.**



Ao capacitar as pessoas com tecnologia mais humana, as empresas vão transformar a sua relação de fornecedor para parceiro. Através deste processo, as organizações também se irão transformar internamente.

Ao ajudar as pessoas a atingir os seus objetivos, estas novas parcerias ajudarão as empresas a cimentar um lugar na evolução da sociedade. Assim, o caminho para a liderança está na relevância das pessoas, numa escala global e individual.

Mudar a relação das pessoas com a tecnologia

Para um negócio se tornar num verdadeiro parceiro para as pessoas - tanto para clientes como para colaboradores - terá de o fazer a partir da tecnologia. Haverá grandes desafios ao longo deste caminho, a começar pela relação de confiança: apenas metade do público diz que confia nas empresas para fazer o que é correto, com uma percentagem ainda menor a considerar os líderes empresariais como uma fonte de informação credível.⁶ Para que as pessoas valorizem estas novas parcerias, as empresas devem trabalhar para ganhar e manter a confiança em cada interação - e a melhor maneira de o fazer é colocar o poder nas mãos de clientes e colaboradores.

Transformar o relacionamento com as pessoas nesta era digital significa mudar a relação que as empresas têm com a tecnologia. Se as empresas querem ser parceiras, utilizando a tecnologia para capacitar as pessoas, então o objetivo é projetar a tecnologia para estar do lado das pessoas. No entanto, para que isto se torne possível, é necessário que as organizações repensem os seus modelos de negócio e as suas relações com clientes e colaboradores.

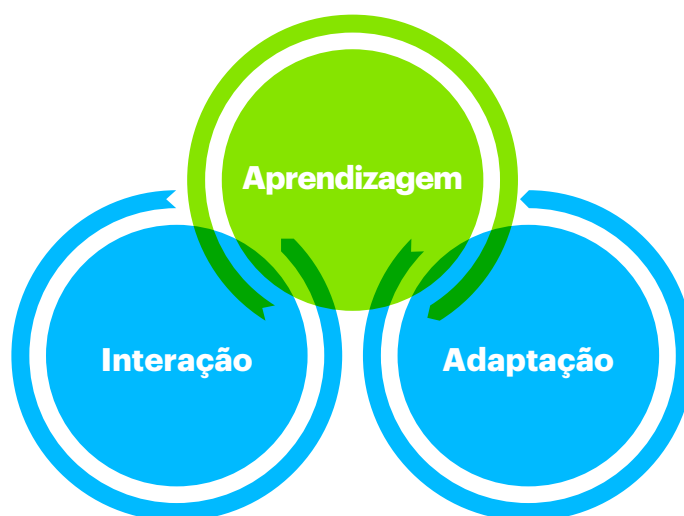
**A melhor maneira
de o fazer é colocar
o poder nas mãos
dos clientes
e colaboradores.**

O PRIMEIRO PASSO PARA CAPACITAR AS PESSOAS

DISPONIBILIZAR TECNOLOGIA À SUA MEDIDA

Adaptar a tecnologia às pessoas

O primeiro pilar para uma parceria é a concepção de tecnologia que funcione para as pessoas, e não por causa delas. Ou seja, significa colocar um fim às ferramentas tecnológicas que só são desencadeadas para forçar clientes e colaboradores a aprender e a adaptarem-se a elas. A nova força da tecnologia está na crescente humanidade. As ferramentas com que interagimos, aprendem com essas trocas e adaptam-se a futuras interações, tornando a experiência de utilização ainda mais humana. Esse é o primeiro passo para capacitar as pessoas - disponibilizar tecnologia que interaja com elas.

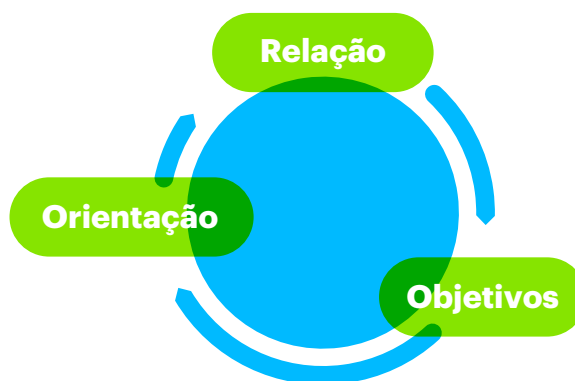


Incorporar humanidade na tecnologia

Alinhar as metas aos objetivos individuais

Para usar estas novas tecnologias customizáveis, as empresas devem adotar as metas de cada pessoa como as suas próprias metas. Esta é uma mudança radical para as empresas que há muito tempo procuram maximizar cada oportunidade de lucro: da perspectiva analógica do negócio, a relação ideal é aquela em que toda interação com o cliente resulte numa venda imediata. Estes relacionamentos são tão fortes como a necessidade do cliente por produtos e serviços.

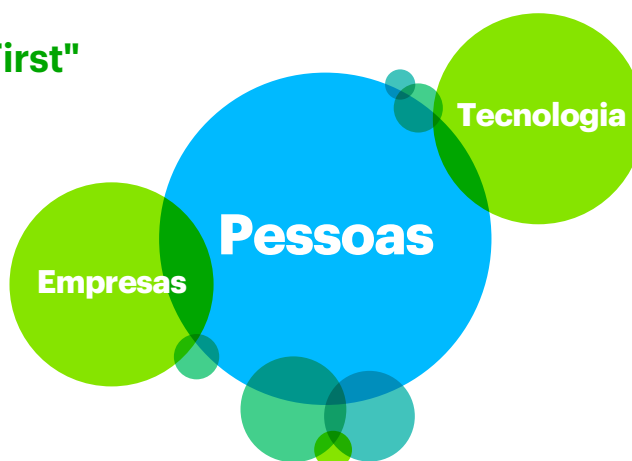
Uma parceria, pelo contrário, é muito mais poderosa e duradoura. Para se tornarem num verdadeiro parceiro, as empresas terão de mudar o seu pensamento e substituir os objetivos de venda imediata do passado, pelos mesmos objetivos que os clientes e os colaboradores têm para si. Desta forma, as regras do jogo mudam: quanto mais objetivos as empresas ajudarem as pessoas a alcançar, mais confiantes estas estarão na parceria, o que fará com que o relacionamento se torne mais forte em cada interação. Quando é claro que uma empresa quer realmente ajudar as pessoas, será colocada em primeiro lugar para as pessoas atingirem os seus objetivos. Quando as pessoas têm sucesso, também a empresa terá.



Os objetivos das pessoas são os objetivos das organizações

Adotar a abordagem "People First" na tecnologia e nos negócios

Fazer este trabalho significa dedicação a uma abordagem que coloca as pessoas em primeiro lugar. Quer se trate de clientes ou colaboradores, os seus objetivos e necessidades deverão estar em primeiro lugar. As empresas vão responder a esta procura com tecnologia, que irá tornar-se cada vez mais concentrada em ajudar as pessoas tornando-se mais humana. Mais do que nunca, a tecnologia é um agente de mudança - e agora pode capacitar as pessoas de forma interativa e colaborativa, de acordo com os termos de cada indivíduo.



As pessoas em primeiro lugar

Quando as empresas realmente capacitam as pessoas, estão a contribuir para o crescimento tanto ao nível individual como ao nível social. Os líderes sempre se esforçaram para resolver grandes problemas. A era digital traz assim oportunidades para enfrentar desafios maiores do que nunca, combinando a força da organização com a paixão e a capacidade dos indivíduos. Ter tecnologia que trabalhe para e com as pessoas significa que as empresas podem capacitar o indivíduo e o grupo ao mesmo tempo.



**MUDAR DE
OBJETIVOS**

SIGNIFICA

**MUDAR DE
PAPÉIS**

Com a tecnologia a tornar-se num "parceiro de confiança", a fronteira entre negócios e os projetos pessoais desaparece. As organizações deverão tornar-se parceiras dos clientes e colaboradores e dos ecossistemas do negócio para que cresçam para além das suas próprias fronteiras.

O sucesso é entendido não somente quanto ao sucesso dos produtos e dos serviços, mas também quanto ao sucesso dos parceiros. O foco das relações deixa de ser sobre manter os clientes e colaboradores felizes, enquanto estes são orientados para os seus objetivos; mas sim acompanhar as pessoas num caminho por elas definido, e projetar a tecnologia de forma a ajudar a traçar o caminho como pretendem. As organizações líderes capacitarão as pessoas - clientes e colaboradores - através da utilização da tecnologia e ferramentas, desenvolvida por uma organização que irá trabalhar com elas e não apenas para elas. Quando as pessoas atingem os seus objetivos, o mesmo acontece com a empresa. A relação re-imaginada não é um negócio. É pessoal.



TENDÊNCIAS TECH VISION 2017

TECNOLOGIA PARA AS PESSOAS

Atualmente, todos os negócios são negócios digitais. As inovações tecnológicas futuras não estarão nas ferramentas em si, mas sim na sua adaptação às pessoas.

A Accenture Technology Vision este ano destaca cinco tendências tecnológicas emergentes que moldam este novo cenário. Embora cada tendência tenha início com a tecnologia, à medida que aprofundamos a nossa análise, entendemos que o tema "Tecnologia para as pessoas" estará presente em todas estas tendências. Os líderes de amanhã irão incorporar estas tendências nas suas estratégias de modo a garantir uma clara vantagem digital.

TENDÊNCIA 1

AI É A NOVA UI

AI para além da forma como desempenhamos tarefas. A Inteligência Artificial (AI) está prestes a tornar-se no porta-voz digital das empresas - assumindo tarefas tecnológicas cada vez mais sofisticadas, deixando por isso, de ser apenas uma ferramenta interna para as empresas. Desde veículos autónomos que utilizam visão computacional a tradutores em tempo real com capacidade de autoaprendizagem, a AI está a tornar cada interação mais simples e inteligente – e a estabelecer padrões elevados no funcionamento de interações futuras. Para além de ser um fator diferenciador e o rosto digital das empresas – será também uma competência vital para investimentos e estratégias.

TENDÊNCIA 2

ECOSSISTEMA COLETIVO

Cadeias de valor multidimensional para o mundo digital. É cada vez mais comum as empresas integrarem as funcionalidades core de negócio com terceiros. Mas em vez de as tratarem como simples parcerias, as organizações deverão aproveitar essas relações para marcar presença nos novos ecossistemas digitais – fundamental para desbloquear as próximas fases de crescimento. Estas relações permitem desenvolver cadeias de valor futuras que irão transformar os negócios, produtos e o próprio mercado.

TENDÊNCIA 3

MERCADO DE TRABALHO

O nascimento da organização à medida. O futuro do trabalho já chegou e os líderes digitais devem reinventar a sua força de trabalho. Conduzido por plataformas de trabalho à medida e soluções de gestão de trabalho online, os modelos hierárquicos estão a ser dissolvidos e substituídos por mercados de talento. O resultado é uma organização on-demand, característica que será essencial para que as empresas consigam transformar-se em verdadeiros negócios digitais, conduzindo à mais profunda alteração económica desde a revolução industrial.

TENDÊNCIA 4

PENSADO PARA AS PESSOAS

Atenção aos passos das pessoas. E se a tecnologia se adaptasse a nós?

A nova fronteira de experiências digitais é desenvolvida especificamente para o comportamento humano. Os líderes digitais reconhecem que a tecnologia reduz o intervalo de cooperação entre seres humanos e máquinas e que os comportamentos individuais do homem melhoram, não só a qualidade da experiência, mas também a eficiência das soluções tecnológicas.

TENDÊNCIA 5

O INEXPLORADO

Redefinir novas indústrias criando novas regras no mundo digital. Atualmente, os negócios não se limitam a criar novos produtos e serviços; estão a definir novas indústrias digitais. Desde padrões tecnológicos a normas éticas e governamentais, numa economia dirigida por ecossistemas digitais, uma coisa é clara: é necessário definir um novo conjunto de regras. Para cumprir as suas ambições digitais, as empresas deverão assumir um papel de liderança que ajude a definir as novas regras do mundo digital. As empresas que tiverem esta iniciativa irão encontrar-se no centro do novo ecossistema, enquanto que quem não acompanhar a mudança arrisca-se a ser deixado para trás.

CONCLUSÃO

Estas tendências representam a nova abordagem da visão da Accenture acerca da transformação digital, que coloca as pessoas em primeiro lugar.

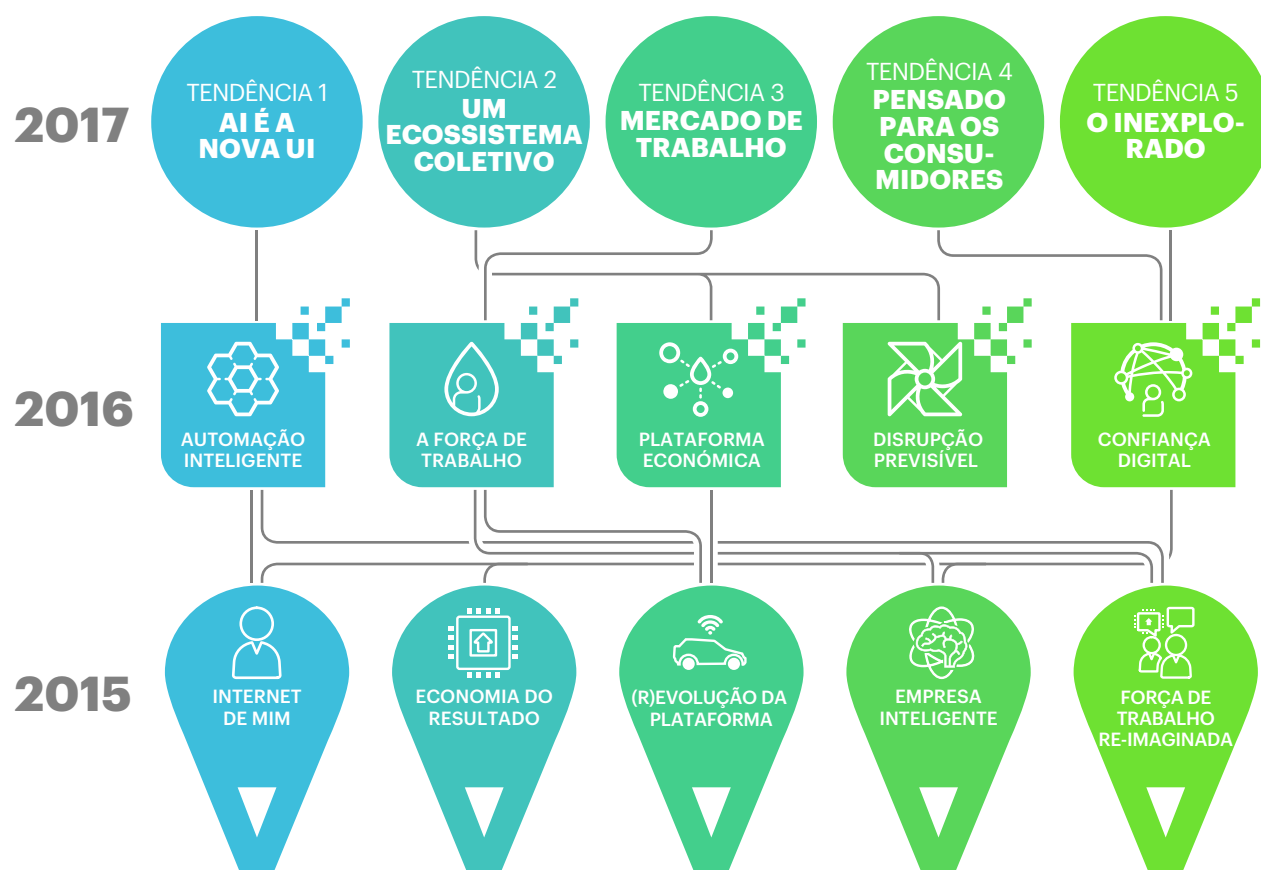
Como parte da perspectiva plurianual da Accenture sobre o impacto da tecnologia nas empresas, estes temas refletem a cultura digital em constante evolução que está a criar desafios e oportunidades para as organizações em todo o mundo.

Anualmente cada tema destaca a evolução de uma tecnologia chave. Algumas destas tecnologias já estão a desempenhar um papel relevante nas estratégias das empresas líderes de mercado, enquanto outras estão apenas agora a começar a causar impacto de forma inesperada. Visto como um todo, as tendências do Technology Vision são uma referência na forma como as empresas devem considerar os seus recursos, as suas responsabilidades e as suas oportunidades durante os próximos anos.

Com o mundo em mudança a todos os níveis, ser-se líder de mercado não é apenas um tema de incorporação de novas tecnologias. Trata-se de as empresas encontrarem um lugar na próxima evolução da sociedade, capacitando as pessoas – as suas pessoas, sejam elas clientes ou colaboradores – através de parcerias que estejam totalmente incorporadas na vida quotidiana.

O mundo continuará a evoluir, e as empresas líderes que estão dispostas a "abraçar" a abordagem "People First" vão encontrar benefícios únicos. Em todas as indústrias, e a todos os níveis do negócio, a única coisa que cada empresa tem em comum são as suas pessoas.

A evolução das tendências no estudo Accenture Technology Vision



VISÃO GLOBAL

Nos últimos três anos o desenvolvimento do estudo Accenture Technology Vision teve como base as seguintes tendências

O estudo Accenture Technology Vision inclui três anos de tendências tecnológicas. Anualmente destacamos as últimas tendências, onde cada uma representa apenas uma parte da imagem. À medida que as empresas continuam a sua jornada para se tornarem empresas digitais, vão precisar de acompanhar as últimas evoluções

tecnológicas e continuar a dominar as que já existem. Estas tecnologias estão a tornar-se rapidamente na base para as empresas construírem a sua próxima geração de negócios, bem como os catalisadores para muitas das tendências que discutimos este ano. Saiba mais sobre todas as tendências [aqui](#).

2016



AUTOMAÇÃO INTELIGENTE

O novo colega de trabalho essencial na era digital.

As empresas líderes irão incorporar a automação não apenas para tirar proveito do ritmo vertiginoso da mudança digital, mas também para criarem um novo mundo digital onde tenham vantagem competitiva. Máquinas e inteligência artificial serão os novos recrutas da força de trabalho, trazendo novas capacidades para ajudar as pessoas em novos trabalhos.



A FORÇA DE TRABALHO

Construir uma força de trabalho ajustada aos tempos atuais.

As empresas estão a investir nas ferramentas e tecnologias necessárias para acompanhar a constante mudança na era digital. Para atingir objetivos ambiciosos, as empresas líderes estão concentradas num fator muitas vezes esquecido: a força de trabalho. Estas empresas estão a considerar a tecnologia não apenas como um disruptor, mas também como um facilitador na transformação das suas pessoas, projetos e organizações de forma a que as empresas sejam altamente flexíveis e prontas para responder às mudanças.



PLATAFORMA ECONÓMICA

Inovação do modelo de negócio.

As empresas líderes de indústria estão a valorizar as oportunidades da tecnologia, desenvolvendo não só novas plataformas tecnológicas, mas também modelos de negócio baseados em plataformas e estratégias que estes modelos permitem. Deste modo, as mudanças de tecnologia são apenas o começo.



DISRUPÇÃO PREVISÍVEL

Ecossistemas digitais e as próximas tendências.

Os ecossistemas digitais de rápido desenvolvimento - como a agricultura de precisão, a internet industrial ou as cidades inteligentes - são a base para a próxima grande tendência de disrupção empresarial. Os ecossistemas digitais e os seus negócios, já estão a atravessar mercados e a dissipar as fronteiras entre indústrias.



CONFIANÇA DIGITAL

Reforçar as relações com os clientes através de ética e de segurança.

Para ganhar confiança na economia digital, as empresas devem ser seguras e éticas em cada etapa da jornada do cliente e em cada etapa do desenvolvimento de produtos e serviços. As empresas que consigam atingir estas medidas com sucesso poderão desfrutar de níveis elevados de confiança junto dos seus clientes e influenciar o futuro.

2015



INTERNET DE MIM

O nosso mundo, personalizado.

Empresas com um pensamento disruptivo estão a criar experiências altamente personalizadas capazes de envolver e estimular os consumidores sem interferir com a sua confiança. As empresas que tiverem sucesso nesta nova "Internet de mim" irão tornar-se na próxima geração de marcas reconhecidas.



ECONOMIA DO RESULTADO

Hardware a produzir resultados evidentes.

O hardware inteligente está a superar a lacuna entre a empresa digital e o mundo físico. Com as empresas líder a dominar a Internet das Coisas, estão a descobrir oportunidades para incorporar hardware e sensores nas ferramentas digitais. Estes "disruptores digitais" sabem que para se ser líder de mercado não basta "vender coisas" - mas sim "vender resultados".



(R)EVOLUÇÃO DA PLATAFORMA

Definindo ecossistemas, redefinindo indústrias.

As Plataformas da indústria digital e ecossistemas estão a alimentar a próxima tendência de rutura na inovação e crescimento disruptor. Os avanços rápidos nas infraestruturas e mobilidade na cloud estão a eliminar não somente as barreiras de custo associadas a estas plataformas, mas também a abrir um novo campo às empresas nas diferentes indústrias e áreas geográficas.



EMPRESA INTELIGENTE

Grande quantidade de dados, sistemas mais inteligentes - melhores negócios.

O próximo nível de excelência operacional surgirá em cada uma das últimas inovações de software inteligente. As empresas líderes de negócios e tecnologia devem agora encarar o software inteligente não como um projeto piloto ou um projeto único, mas como uma funcionalidade abrangente - que impulsionará novos níveis de evolução e descoberta, e que irá motivar a inovação em toda a empresa.



FORÇA DE TRABALHO RE-IMAGINADA

Colaboração entre pessoas e máquinas.

O impulso para o digital está a amplificar a necessidade de o ser humano e as máquinas trabalharem mais em conjunto. Avanços nos dispositivos portáteis e máquinas inteligentes apresentarão novas oportunidades para as empresas capacitarem os seus colaboradores através da tecnologia.

SOBRE O TECHNOLOGY VISION

Anualmente, o estudo Accenture Technology Vision, uma parceria com a Accenture Research, identifica os avanços emergentes em IT que terão o maior impacto nas organizações durante os próximos 3 a 5 anos.

O processo de pesquisa começa pela recolha de inputs com o Technology Vision External Advisory Board, constituído por mais de duas dúzias de profissionais experientes do sector público e privado, do meio académico, de capital de risco e entidades ligadas a empreendedorismo. Adicionalmente, a equipa do Technology Vision realiza entrevistas a especialistas de indústria e de tecnologia, assim como, a cerca de 100 líderes de negócio da Accenture em vários setores de actividade.

Paralelamente, esta equipa dispõe de um vasto conhecimento e de ideias inovadoras de colaboradores da Accenture que, através da utilização das tecnologias de colaboração da Accenture e de uma abordagem de “crowdsourcing”, revelam os temas mais interessantes em tecnologias emergentes. A campanha “Trend Spotting” encoraja a participação global de todos os colaboradores da Accenture. Cerca de 3.000 pessoas participaram ativamente na campanha, contribuindo com ideias valiosas e através de votações aos inputs de todos, o que resultou num aumento de 19% no número de pessoas que submeteu novas ideias comparativamente com o ano anterior.

Visto que durante todo o processo de pesquisa surgem inúmeras novas temáticas, a equipa do Technology Vision reúne-se frequentemente com o seu Advisory board. Durante estas reuniões, que envolvem uma série de sessões de aprofundamento das temáticas com os executivos da Accenture e especialistas em áreas específicas, são validados e refinados os diversos temas.

Estes processos fazem a seleção dos diferentes temas pela sua relevância nos desafios reais do dia-a-dia dos negócios. Em mais detalhe, a equipa do Technology Vision procura ideias que vão para além das mudanças tecnológicas já reconhecidas, concentrando-se por isso, nos temas que cedo apareceram na agenda dos executivos nas grandes organizações.

A prioridade dada aos temas segue os seguintes critérios:

- Possíveis de serem acionados hoje
- Muito relevantes para as mudanças organizacionais nos próximos 3 anos
- Capazes de criar impacto para além de qualquer indústria
- Disruptivos e mais do que apenas substitutos de uma solução já existente
- Transcendentes a qualquer fornecedor ou a qualquer produto tecnológico

Estas premissas são responsáveis por um vasto conjunto de hipóteses, que são posteriormente sintetizadas em 5 tendências abrangentes, e incorporadas no relatório final.

TECHNOLOGY VISION 2017

GEOGRAFIAS DO ESTUDO

Pelo terceiro ano consecutivo, realizamos um estudo global com mais de 5,200 executivos de diversas áreas e de IT em 30 países, de forma a perceber as suas perspetivas relativamente ao impacto futuro da tecnologia nas suas organizações e identificar os investimentos em tecnologia que consideram prioritários durante os próximos anos. Este estudo foi realizado entre novembro de 2016 e janeiro de 2017.

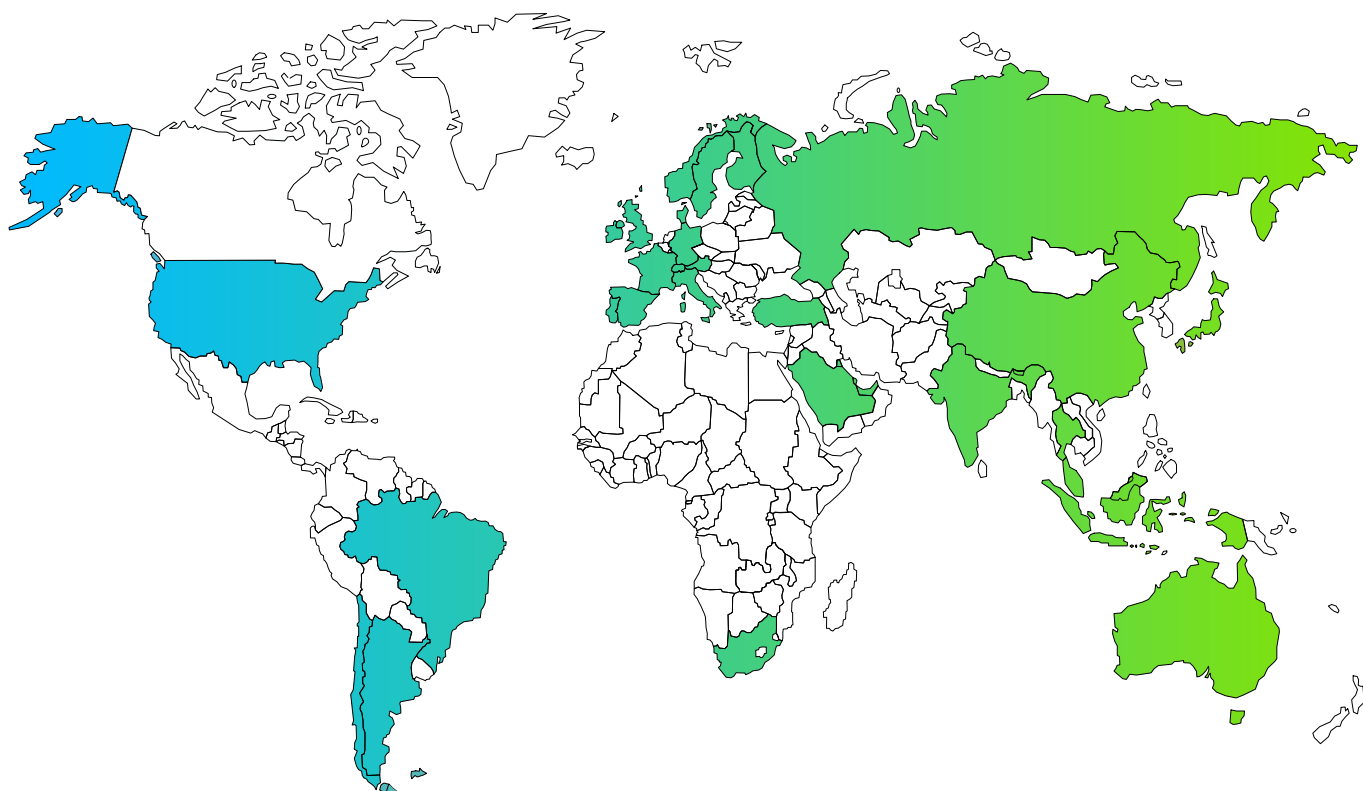
31
PAÍSES
ANALISADOS

ÁFRICA DO SUL
ALEMANHA
ARÁBIA SAUDITA
ARGENTINA
AUSTRÁLIA
ÁUSTRIA
BRASIL
CHILE

CHINA
DINAMARCA
EMIRADOS ÁRABES UNIDOS
ESPAÑA
ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA
FINLÂNDIA
FRANÇA
ÍNDIA

INDONÉSIA
IRLANDA
ITÁLIA
JAPÃO
MALÁSIA
NORUEGA
PORTUGAL
QATAR

REINO UNIDO
RÚSSIA
SINGAPURA
SUÉCIA
SUÍÇA
TAILÂNDIA
TURQUIA



SOBRE A ACCENTURE

A Accenture é uma organização global de serviços de consultoria de gestão, tecnologias de informação, digital e operações. Através da combinação de uma experiência ímpar, um conhecimento profundo dos vários setores de atividade e funções de negócio, em mais de 40 indústrias, e uma extensa pesquisa sobre as empresas mais bem-sucedidas do mundo, a Accenture colabora com os clientes ajudando-os a tornarem-se organizações de alto desempenho. Com aproximadamente 394.000 profissionais a servir clientes em mais de 120 países, a Accenture utiliza a inovação para melhorar a forma como o mundo atualmente funciona. www.accenture.pt

SOBRE A ACCENTURE LABS

A Accenture Labs incuba e desenvolve novos conceitos, através de projetos de I&D específicos, que se prevê terem um impacto a curto prazo no negócio dos clientes. A equipa de investigadores colabora com os líderes da Accenture no sentido de desenvolver e entregar soluções e ideias inovadoras que ajudam os clientes a criar novas vantagens competitivas. A Accenture Labs está localizada internacionalmente em sete centros de pesquisa: Arlington e Silicon Valley, Estados Unidos; Sophia Antipolis, França; Pequim, China; Bangalore, Índia; Herzilya, Israel e Dublin, Irlanda.

SOBRE A ACCENTURE RESEARCH

A Accenture Research desenvolve tendências e perspetivas sobre os desafios mais relevantes que as organizações encontram a nível global. Combinando técnicas de pesquisa inovadoras com um profundo conhecimento de indústria, a equipa de 250 investigadores e analistas em 23 países publica anualmente centenas de relatórios, artigos e estudos nas mais diversas áreas. As inúmeras investigações apoiadas por parcerias com organizações líderes como o MIT ou a Singularity – servem de inspiração à inovação, permitindo transformar novas ideias e teorias em soluções reais para os clientes.

REFERÊNCIAS

- 1 Rhizabot gives salespeople immediate access to deep data. (n.d.). <http://venturebeat.com/2016/08/09/rhizabot-gives-salespeople-immediate-access-to-deep-data/>
- 2 Weisberger, M., 26, S. W. | S., & ET, 2016 07:03am. (n.d.). Deep-Diving Robots Zap, Kill Invasive Lionfish. <http://www.livescience.com/56251-lionfish-killing-robot-roomba-makers.html>
- 3 www.kpcb.com, K. P. C. B. (n.d.). 2016 Internet Trends Report. <http://www.kpcb.com/blog/2016-internet-trends-report>
- 4 CVS Health launches five new digital health features, including an Apple Watch app. (2015, November 18). <http://www.mobihealthnews.com/48603/cvs-health-launches-five-new-digital-health-features-including-an-apple-watch-app>
- 5 Japsen, B. (n.d.). CVS And IBM's Watson Cloud Pursue Ways To Predict Patient Health. <http://www.forbes.com/sites/brucejapsen/2015/07/30/cvs-and-ibms-watson-partner-to-predict-patient-health-needs/>
- 6 Edelman. (21:07:05 UTC). 2016 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results. Business. <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2016-edelman-trust-barometer-global-results>

Copyright © 2017 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and
High Performance Delivered
are trademarks of Accenture.

Este documento faz referências descritivas a marcas registadas que poderão não pertencer à Accenture. O uso dessas referências não significa que exista uma parceria entre a Accenture e os detentores dessas marcas registadas. As informações sobre organizações ou sobre produtos e serviços detidos por outras organizações são públicas. Desta forma, a Accenture não confirma a precisão ou a fiabilidade das mesmas. A inclusão destas informações não teve o patrocínio de terceiras partes.

As perspetivas e opiniões presentes neste estudo não devem ser encaradas como conselhos profissionais no que diz respeito a um negócio em particular.