

En tiempos de transformación digital, emerge una **nueva ola tecnológica** y las empresas de **servicios y productos de consumo** más ambiciosas, están preparándose para la era post digital.

A close-up, artistic photograph of a human eye with a vibrant, multi-colored iris (green, blue, and yellow) and long, dark eyelashes. The eye is looking slightly to the right.

# TECHNOLOGY VISION 2019

**SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONSUMO  
SUDAMÉRICA HISPANA**

**TECHNOLOGY VISION 2019**, señala cinco tendencias que darán forma a los negocios en los próximos tres a cinco años y entrega detalles sobre la visión tecnológica de las empresas líderes.

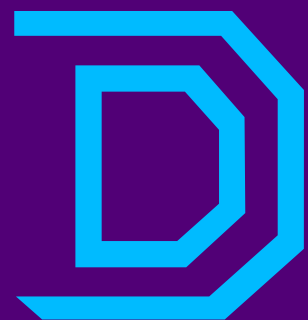
Para este estudio, se recabó información de 212 ejecutivos de negocio y TI de las industrias de servicios y productos de consumo en Sudamérica Hispana.

## TENDENCIA 1

# PODER DARQ : COMPRENDER EL ADN DE DARQ

Las nuevas tecnologías son catalizadores para el cambio, ofreciendo nuevas y extraordinarias capacidades.

**DARQ** es el nuevo paradigma que traerá aparejado una transformación a gran escala.



### REGISTRO DISTRIBUIDO (DLT)

Tecnologías de registro distribuido expandirán las redes eliminando la utilización de un tercero de confianza




### INTELIGENCIA ARTIFICIAL (AI)

La Inteligencia Artificial ya juega un rol en la optimización de procesos y la toma de decisiones estratégica



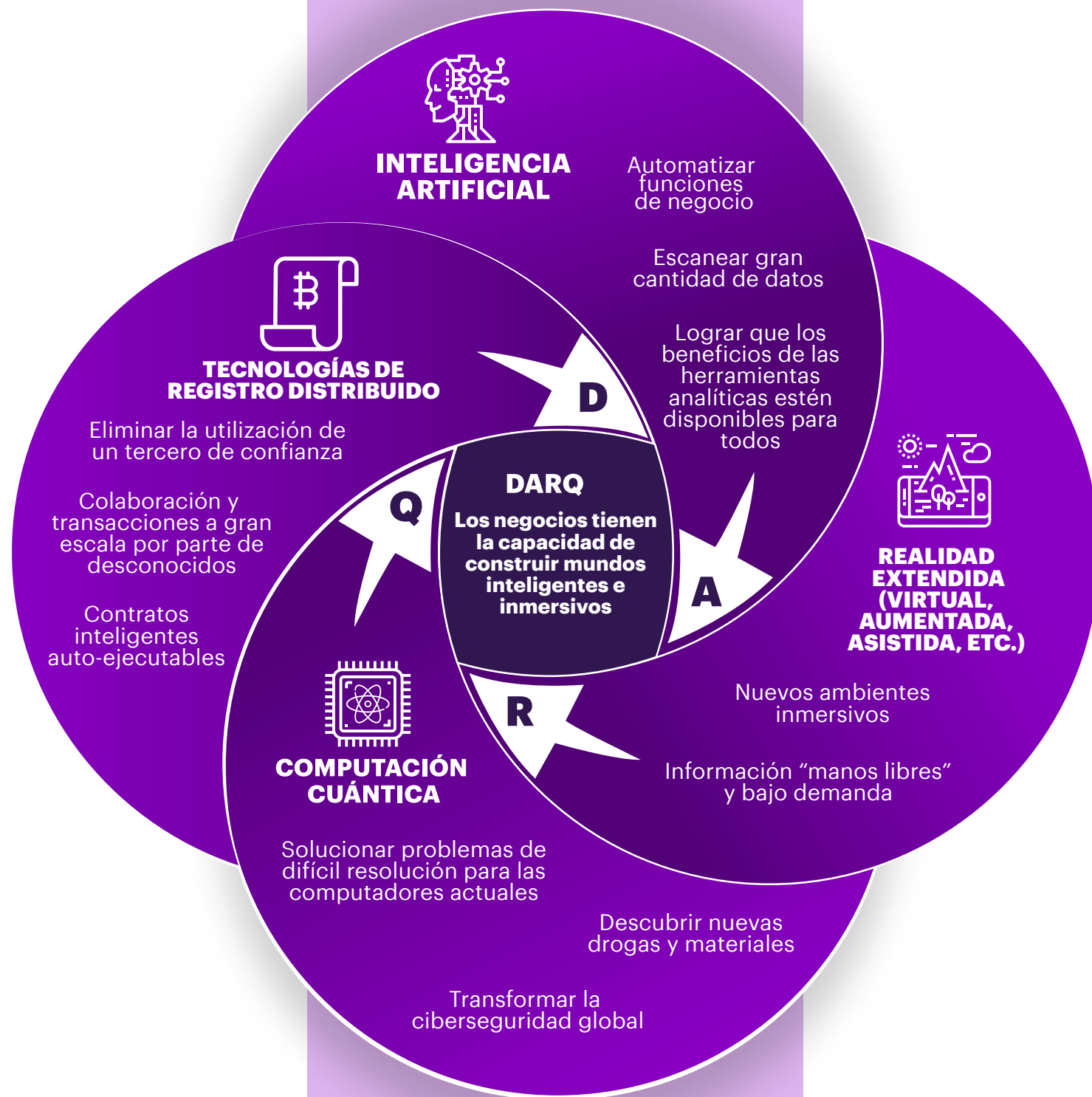
### REALIDAD EXTENDIDA (XR)

La realidad extendida, una tecnología inmersiva, crea nuevos modos de experimentar e involucrarse con el mundo que nos rodea



### QUANTUM

La tecnología cuántica dará lugar a métodos novedosos para resolver los problemas computacionales más complejos



## PARA EL 75% DE LOS EJECUTIVOS

las tecnologías SMAC (Social, Mobility, Analytics, Cloud) han pasado de ser adoptadas en silos funcionales a ser centrales en la organización.

## 8 DE CADA 10 EJECUTIVOS

opinan que el efecto combinatorio de las tecnologías DARQ tendrá un impacto igual o mayor que el de SMAC.

## EL 32% DE LOS EJECUTIVOS EN EL SECTOR INDUSTRIAL

consideran que la **Inteligencia Artificial (IA)** es la tecnología DARQ que tendrá mayor impacto en sus organizaciones en los próximos 3 años.

## EL 47% DE LOS EJECUTIVOS EN EL SECTOR RETAIL

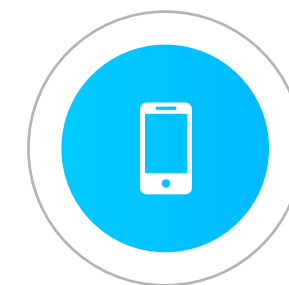
por su parte, consideran que la **Realidad Extendida (RX)** será la que tenga el mayor impacto.

Aún antes de que las tecnologías DARQ hayan alcanzado plena madurez, los negocios ya pueden percibir el valor futuro. Las empresas líderes del sector automotriz ya están explorando blockchain para optimizar su cadena de suministro, han instalado concesionarias virtuales con anteojos de Realidad Virtual (RV) para que los clientes se informen sobre los nuevos modelos sin estar en contacto con el vehículo, y están utilizando Inteligencia Artificial (IA) para mejorar la seguridad de las personas que viajan en automóvil – en bolsas de aire, desactivación del motor y encendido, etc.–.

## TENDENCIA 2

# DEMOGRAFÍA DIGITAL: LIBERAR OPORTUNIDADES Y CONSUMIDORES ÚNICOS

Las interacciones impulsadas por la tecnología están creando y expandiendo la identidad tecnológica de cada consumidor. Esta base viva de conocimiento permitirá entender a la próxima generación de consumidores, y lograr que las relaciones en la era post digital sean más ricas, personalizadas y basadas en la experiencia.



### EL 82% DE LOS EJECUTIVOS

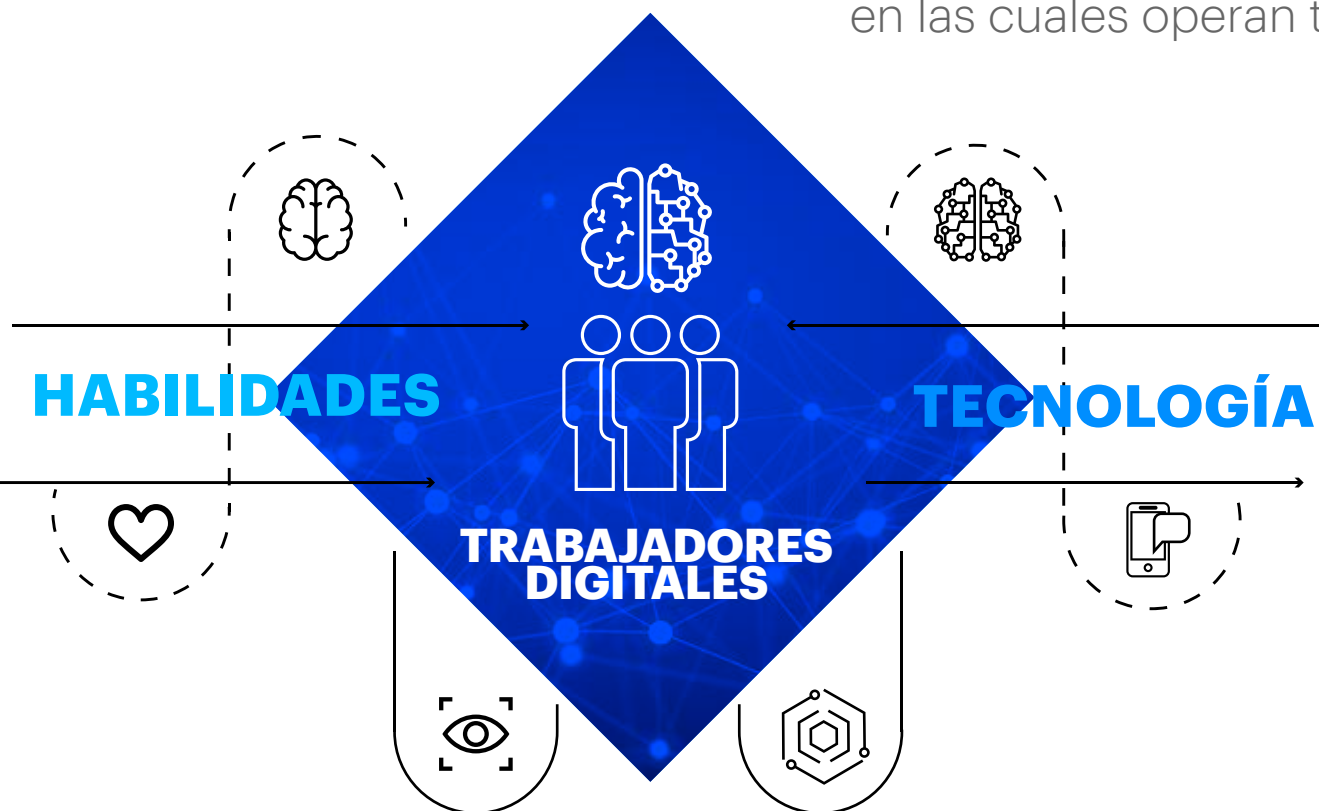
creen que la demografía digital le brinda a sus empresas una nueva forma de identificar oportunidades de mercado relativas a necesidades insatisfechas del cliente.

Los consumidores, por ejemplo, subieron la vara de las experiencias de compra digital que buscan, no sólo esperan respuestas en tiempo real, sino que las experiencias sean cada vez más ricas y ajustadas a sus necesidades, respetando a su vez sus preferencias en cuanto a la privacidad.

## TENDENCIA 3

# TRABAJADORES DIGITALES: CAMBIAR EL ENTORNO LABORAL PARA NO ENTORPECER A LA FUERZA DE TRABAJO

A medida que la línea entre talento y tecnología se diluye, una nueva brecha emerge: la fuerza de trabajo evoluciona a paso rápido, incorporando habilidades tecnológicas para generar mayor valor en la empresa mientras que las empresas en las cuales operan todavía están diagramadas para la fuerza laboral del pasado.



En un futuro no tan lejano, ¿cuál será el rol de un conductor de transporte de carga cuando parte de la flota se opere de manera remota o autónoma, o el de un empleado en una planta automotriz que deba entrenar a un robot colaborativo (cobot)? Para liderar en la era post digital, las empresas de servicios y productos de consumo deberán invertir en su fuerza laboral para preparar a sus empleados para roles cambiantes.

En nuestra región,  
**EL 72% DE LOS  
EJECUTIVOS**

encuestados está de acuerdo en que sus empleados son más maduros digitalmente que su organización, lo que implica una fuerza laboral que “espera” que su organización se ponga al día.

**EL 77% DE LOS  
EJECUTIVOS**

estima que debido al impacto de las nuevas tecnologías su fuerza laboral se ha movido o se moverá hacia nuevos roles que requieran recalificación.

## TENDENCIA 4

# ECOSISTEMAS SEGUROS: LAS ORGANIZACIONES NO SON VÍCTIMAS, SON VECTORES

Así como las organizaciones líderes en la industria de consumo masivo ya colaboran e intercambian información en tiempo real con sus socios y proveedores, también reconocen que la seguridad debería sumarse a estos esfuerzos.

Los hackers ven en el ecosistema un radio de acción cada vez más amplio, pero la mayor parte de los negocios todavía piensa en la seguridad informática como si fuese un esfuerzo individual. Ser parte de un ecosistema implica que las empresas necesitarán comprender los desafíos que enfrenta cada uno de sus miembros.

### SOLO EL 44% DE LOS EJECUTIVOS

encuestados sabe con certeza que sus socios del ecosistema están trabajando diligentemente para cumplir con las normas y ser resilientes con respecto a la seguridad, mientras que el resto confía o espera que así sea, pero no cuenta con evidencia cierta.

Para empezar a crear estándares y gobierno a nivel del ecosistema, las organizaciones deben mirar no sólo a sus socios, sino también a la industria en su conjunto. Otras empresas, incluso los mismos competidores, seguramente enfrenten las mismas vulnerabilidades, y existan oportunidades de construir soluciones seguras para que cada operador lleve a cabo sus negocios.

# MERCADO INDIVIDUAL SATISFACER LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES EN TIEMPO REAL

En un mundo donde las empresas están cada vez más conectadas, ser digital ya no es una ventaja competitiva. Pero gracias a esta conectividad creciente, los negocios tienen ahora la posibilidad de poner un pie en la próxima gran oportunidad: el mercado individual. Brindar productos y servicios a medida y en tiempo real empujará los mercados momentáneos a su máximo potencial. Una vez que la red 5G tenga un alto nivel de penetración y la inteligencia en tiempo real sea posible en todas partes, las empresas tendrán la capacidad de predecir esas oportunidades “momentáneas” y capturarlas antes de que desaparezcan.

**EL 57%  
DE LOS EJECUTIVOS**

creen que la red 5G tendrá un  
impacto significativo en su industria  
en los próximos tres años.

**SE TRATA DE ENCONTRAR ESOS MERCADOS  
MOMENTÁNEOS EN EL INSTANTE EXACTO.  
¿CÓMO LOS ELEGIRÁ SU EMPRESA?**

En el sector de consumo masivo, por ejemplo, a medida que las empresas utilicen plataformas que les permitan analizar datos y tomar decisiones en “tiempo real” a lo largo de toda la cadena de suministro, podrán escalar su respuesta a cada oportunidad momentánea. Las compañías de equipamiento industrial, por su parte, adoptarán la tecnología digital twins, y gracias a ello podrán crear un modelo digital detallado de sus productos y operaciones que les permita aumentar su eficiencia.

A close-up photograph of a human eye with a vibrant, multi-colored iris (green, blue, and yellow). The eye is looking towards the right. The background is dark and out of focus.

# TECHNOLOGY VISION 2019

**¿ESTÁS LISTO  
PARA LO NUEVO?**

Consultar el informe completo  
[www.accenture.com](http://www.accenture.com)