



**REINVENTE  
SUA  
COMPANHIA  
AO LADO  
DE QUEM TE  
ACOMPANHA.**

**A Empresa Inteligente**

## Introdução

---

# COMO APRIMORAR A MANEIRA COMO AS PESSOAS TRABALHAM E VIVEM?

**Ao empregarem os rápidos avanços tecnológicos para criar produtos e serviços cada vez mais inovadores, as empresas promovem mudanças inéditas na forma como as pessoas trabalham e vivem.**

Ao se integrarem por toda a sociedade, as empresas tornam a fronteira entre o profissional e o pessoal cada vez menos definida — e abrem novos caminhos para seu próprio crescimento. A tecnologia está fortemente integrada às nossas atividades diárias, mas seu alcance vai muito além disso: hoje, ela transforma partes importantes de nossa sociedade. As tendências do Accenture Technology Vision deste ano destacam os rápidos avanços nas tecnologias que, por sua vez, melhoram a forma como as pessoas trabalham e vivem.



**Há uma nova obrigação –  
e uma nova oportunidade  
– para as companhias se  
engajarem com as pessoas  
de maneira diferente.**

**Paul Daugherty** | Chief Technology  
& Innovation Officer na Accenture

## **A GE equipa seus técnicos de campo com óculos de realidade aumentada de última geração e muda a forma como os funcionários se relacionam com o mundo físico, ao permitir que eles acessem informações sem utilizar as mãos, ou que os especialistas remotos vejam exatamente o que os técnicos veem ao consertar aerogeradores.<sup>1</sup>**

A empresa chinesa de educação Liulishuo muda a forma de ensinar ao introduzir um novo agente na sociedade: um sofisticado professor de inglês baseado em Inteligência Artificial (IA) que oferece ensino personalizado e adaptável a milhões de pessoas.<sup>2</sup> E, em resposta à necessidade imperativa de informações confiáveis para alimentar o ciclo de notícias de 24 horas, a Thomson Reuters desenvolveu um algoritmo que utiliza streams de dados do Twitter em tempo real para ajudar os jornalistas a classificar, encontrar, verificar e esclarecer boatos mais rapidamente.<sup>3</sup>

Individualmente, cada um desses esforços viabilizados pela tecnologia representa a busca das empresas pelo produto ou serviço mais criativo ou disruptivo. No entanto, seus esforços por inovação são parte de uma estratégia mais abrangente: promover o crescimento das empresas tornando a tecnologia parte integrante e indispensável da forma como as coisas são feitas. As empresas usam seus produtos e serviços para redefinir e repensar a forma como nossa sociedade funciona, se comunica e até mesmo governa.

Veja os esforços da Amazon para se integrar aos lares dos consumidores. Por meio do Echo e de sua assistente de IA, a Alexa, a Amazon gerencia não apenas as necessidades

de consumo, mas também as demandas de vidas agitadas. Na verdade, a Amazon está tão integrada à vida diária que novos prédios de apartamentos vêm incorporando armários (Amazon Lockers) exclusivos aos seus projetos. As pessoas já confiam à empresa acesso físico a suas casas, permitindo que transportadoras façam entregas quando não houver ninguém no local, por meio da Amazon Key e do seu sistema de fechadura inteligente.<sup>4:5</sup>

Essas mudanças também vão além dos espaços dos consumidores. A Tesla e outras empresas da área de meios de transporte autônomos se envolvem no processo de regulamentação de seus próprios setores, estabelecendo estreitas colaborações com governos para acelerar o desenvolvimento das diretrizes necessárias para que esses veículos operem em larga escala.<sup>6</sup> Nos ecossistemas corporativos, a Siemens vem se integrando às arquiteturas de seus parceiros de negócios. Ao oferecer a todos o sistema operacional MindSphere para equipamentos de produção conectados à Internet das Coisas (IoT), a Siemens se consolida como parte integrante desse novo universo da IoT – e de seu incrível alcance na sociedade.<sup>7</sup>

Este nível de integração é a nova grande evolução da sociedade. Da mesma forma que as cidades foram construídas ao redor de ferrovias ou que as pessoas reconstruíram suas vidas com base na eletricidade, o mundo está se reinventando não apenas com base na inovação digital, mas também — e por consequência — com base nas empresas que fornecem esses serviços.

É claro que a sociedade já se reconstruiu muitas vezes após revoluções tecnológicas e, sem dúvida, isso acontecerá novamente. Porém, essa mudança mais recente é única: pela primeira vez numa transformação

tecnológica, a mudança é uma via de mão dupla. As pessoas não utilizam simplesmente os produtos e serviços de empresas, mas também as alimentam com informações e acesso. Para fornecer esse tipo de “inovação integrada”, as empresas precisam ter profundos insights e impactos na vida das pessoas e nos negócios dos parceiros. As organizações inteligentes estão percebendo que esse nível de conexão — e de confiança — exigirá um novo tipo de relacionamento. Não se trata apenas de negócios: é pessoal. E é assim que os líderes redefinirão suas empresas. Ou seja: ao lado de quem os acompanha.



# NOVAS EXPECTATIVAS: OS RÓTULOS CORPORATIVOS

**Num mundo em que tudo está conectado, as fronteiras que tradicionalmente classificavam nossa sociedade em pequenas e organizadas caixas de clientes, funcionários, cidadãos, empresas e até mesmo governos estão cada vez menos definidas.**

Em troca do acesso e impacto que as pessoas permitem que as empresas tenham em suas vidas, elas cada vez mais esperam parcerias baseadas não apenas nos produtos de uma empresa, mas também em seus objetivos e valores. Ou seja: as pessoas estão “lendo os rótulos” das empresas. E as companhias devem definir esses rótulos por si mesmas — ou esperar que sejam rotuladas.

Estas novas expectativas exigem muito das empresas que lançaram plataformas e serviços inovadores. É um paralelo com as startups que surgiram durante a era das empresas pontocom, que tiveram que dar um passo atrás e aperfeiçoar modelos tradicionais de negócios. As empresas que encontraram seu lugar na sociedade por meio da inovação estão sendo forçadas a desenvolver expectativas claras sobre como ocorrerão essas interações em sociedade.

Há alguns anos, a Uber foi pioneira num novo modelo de trabalho com motoristas, revolucionando os modelos de transporte público e privado. Agora, seu modelo de

negócios e seu relacionamento com as comunidades locais evoluíram, e a empresa trabalha para abordar a responsabilidade corporativa em interações com motoristas, passageiros e agências reguladoras.

O valor adicional que pessoas, governos e parceiros de negócio associam a essas definições de empresa tem origem nas responsabilidades criadas pelas parcerias de mão dupla. Quando essas responsabilidades não são atendidas, os resultados são piores do que apenas clientes decepcionados: o fracasso cria uma sociedade desiludida com o modelo de “inovação integrada” do qual as empresas dependem para crescer. As falhas de segurança na Equifax resultaram no roubo de informações pessoais que afetará, nas próximas décadas, centenas de milhões de vidas — inclusive as de gente que não tinha qualquer relação explícita de negócios com a Equifax.<sup>8</sup> Recuperar a confiança necessária para manter parcerias com consumidores, governos e o público em geral será uma tarefa gigantesca.

O tamanho desses desafios continuará a crescer à medida que outras tecnologias revolucionárias começarem a atingir sua maturidade nos próximos anos e a acelerar as mudanças sociais causadas por elas. A computação quântica tem o potencial de romper os padrões de criptografia que sustentam os sistemas financeiros mundiais. Os novos modelos e plataformas de força de trabalho estão acabando com o entendimento clássico do termo “funcionário”. E, à medida que a IA cresce em capacidade e alcance, haverá fracassos e escândalos em larga escala envolvendo o uso indevido da tecnologia.

É óbvio que as pessoas e a sociedade como um todo terão que criar novas parcerias para lidar com o impacto dessas mudanças revolucionárias – mas o papel que as empresas desempenharão permanece uma questão indefinida. Até onde vai a responsabilidade de uma empresa cuja criptografia segura é violada devido a avanços na tecnologia quântica?

Quanta culpa pode ser atribuída a uma empresa caso um de seus parceiros utilize IA para tomar decisões de maneira tendenciosa ou que invada a privacidade das pessoas?

Há um motivo pelo qual as gigantes da tecnologia se manifestam e se tornam mais ativas diante de problemas sociais como discussões sobre acesso e privacidade — essas ações é que definirão de que forma a empresa será rotulada. A Apple chegou a se recusar a conceder ao governo dos EUA os recursos para descriptografar os dados em iPhones e dedicou tempo e recursos consideráveis para explicar sua decisão ao público.<sup>9</sup> O tom do discurso foi proposital: demonstra até que ponto a empresa irá ou não cumprir sua parte na parceria com clientes, governos e público — e o primeiro passo rumo à definição de um contrato social corporativo formal.

# A DEFINIÇÃO DO CONTRATO SOCIAL CORPORATIVO

**Embora novas expectativas criadas por um cenário de tecnologia em constante mudança possam ser desafiadoras, as empresas pioneiras reconhecem que essas aspirações da sociedade podem ser transformadas num trunfo corporativo.**

Elas usam interações tecnológicas maiores e mais integradas para se envolver e construir parcerias mais profundas com clientes, funcionários, governos e a opinião pública. Ao definirem explicitamente a natureza das parcerias, essas empresas líderes também definem o contrato social corporativo.

A criação de um sólido conjunto de princípios em torno de seus relacionamentos ajudará as empresas a atender a maiores expectativas. Isso também vem se tornando uma peça importante para permitir que as companhias inovem e cresçam. Os compromissos assumidos por uma empresa numa parceria vão se transformar nas "informações nutricionais" que as pessoas procuram e, à medida que as empresas desenvolvem e ampliam seus ecossistemas, as pessoas e as organizações com objetivos e ideais comuns se tornarão parceiras naturais. Em última instância, as empresas criarão os "termos e condições" para suas constelações de relacionamentos na sociedade conectada — e também criarão um caminho bem definido para o crescimento futuro.

A natureza e o escopo desses novos termos e condições irão variar de acordo com o tipo de parceria, seja com clientes, funcionários, governos ou cidadãos comuns. Por consequência, também variarão as oportunidades de crescimento advindas de sua implantação.

A fabricante de cosméticos L'Oréal é pioneira nesse aspecto. Para operar continuamente como boa parceira da sociedade, a empresa elaborou um rígido estatuto ético, que foi redigido em colaboração com os órgãos governamentais franceses e organizações internacionais de controle de ética.<sup>10</sup> Esse estatuto serve, principalmente, como base para as decisões a serem tomadas em quase todos os aspectos da L'Oréal.

Orientada por esse estatuto, a L'Oréal também exige que possíveis fornecedores se comprometam com um conjunto igualmente rigoroso de padrões éticos. Além disso, instrui os compradores internos com relação aos passos necessários para que se assegurem de que estejam comprando de fornecedores que seguem o código.



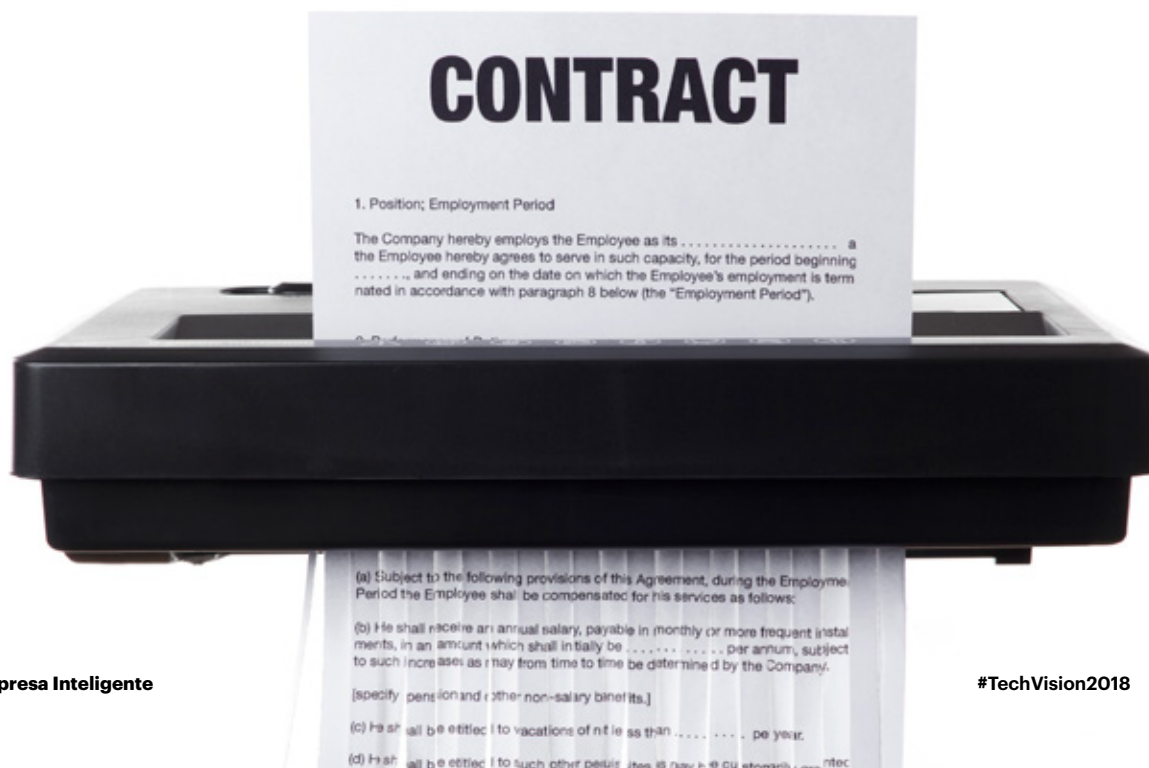
Para firmar uma parceria com o público em geral, o estatuto estabeleceu princípios de responsabilidade ambiental: a empresa reduziu em 67% as emissões de carbono, compra óleo de palma apenas de florestas gerenciadas de maneira sustentável e investiu no desenvolvimento de fábricas “secas”, que utilizarão apenas água de reúso – previstas para entrar em operação em 2018. Jean-Paul Agon, Presidente do Conselho e CEO da L’Oréal, reitera que essas mudanças são exigidas não apenas por sua consciência, mas também pelo negócio. “Nos próximos dez anos, a ética passará de algo ‘bom de se ter’ para pré-requisito fundamental para a licença de operação de qualquer organização. Para as empresas líderes nessa área, isso se tornará uma vantagem competitiva”.<sup>11</sup>

Tão importante quanto estabelecer uma parceria com os consumidores, tratar funcionários como aliados definirá a cultura da empresa e oferecerá uma base sustentável para a inovação e a execução. Uma pesquisa interna na AT&T constatou que aproximadamente metade de seus 240 mil funcionários ocupava cargos que se tornariam desnecessários para a empresa dentro de uma década.<sup>12</sup> Além disso, descobriu-se que apenas metade de seu quadro tinha formação em ciências, tecnologia, engenharia

e matemática (STEM, na sigla em inglês), enquanto a necessidade esperada para essas habilidades alcançaria 95% da força de trabalho em 2020. Diante disso, uma iniciativa bilionária da AT&T, chamada Workforce 2020, tem como objetivo treinar e preparar um quarto de sua força de trabalho para cargos radicalmente novos. Em 2016, a empresa preencheu mais de 40% das vagas com candidatos internos.

Ao definir as responsabilidades que a empresa aceitará com cada tipo de parceria, ela poderá criar um novo contrato social corporativo — estabelecendo os marcos que indicarão o caminho a ser seguido.

**Os próximos 10 anos verão a ética se transformar não mais em “algo bom de se ter”, mas num valor fundamental para a operação.**

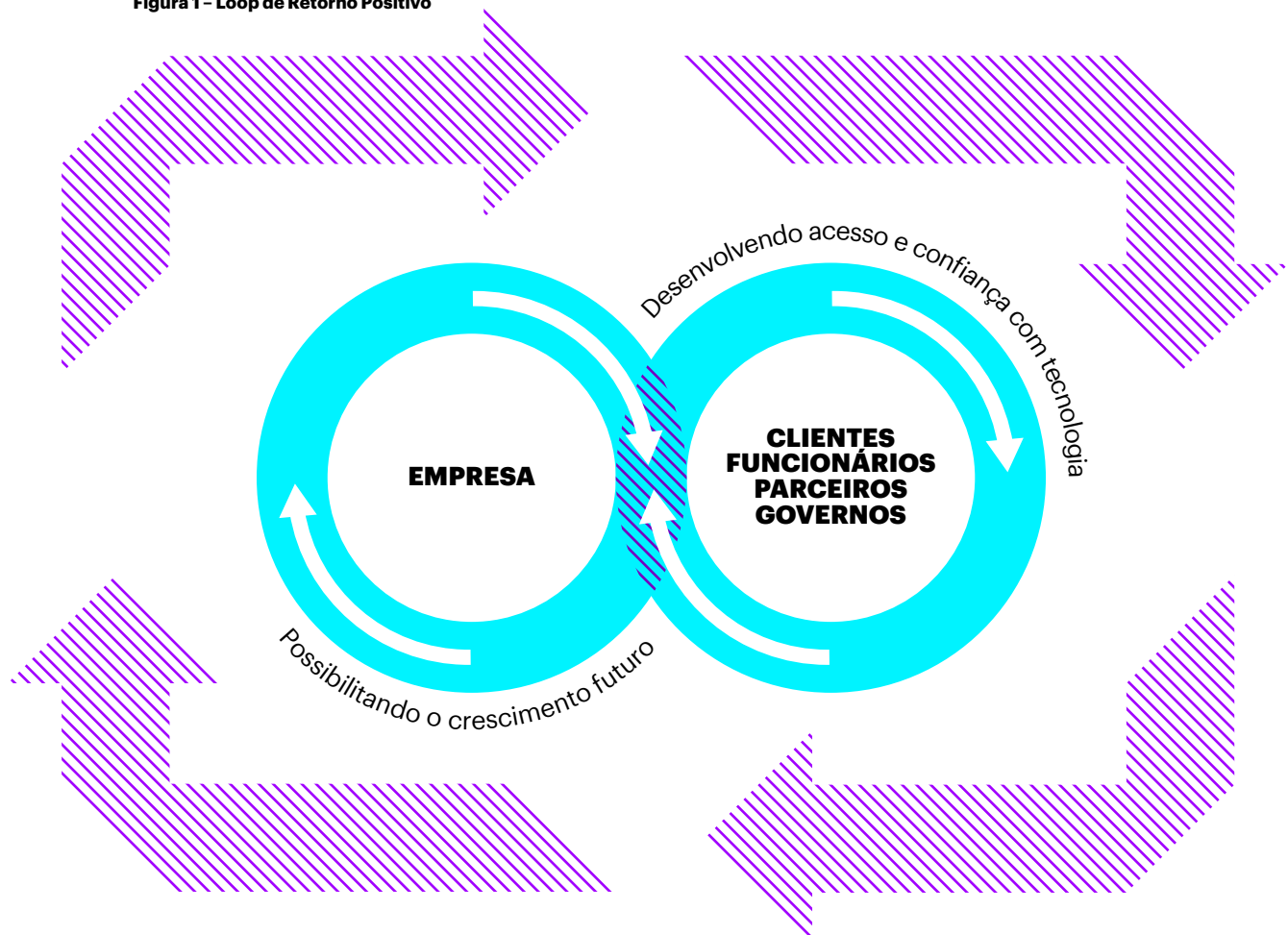


# INCORPORANDO OPORTUNIDADES

**As empresas estão mais presentes do que nunca nas vidas das pessoas, uma vez que fizeram com que a sociedade se redefinisse com base em seus produtos e serviços. Hoje, essa sociedade transformada oferece novas bases para o crescimento futuro de cada empresa.**

Por meio de novas parcerias com clientes, funcionários, parceiros e até mesmo governos, as empresas estão capacitadas a desenvolver acesso e confiança cada vez mais fortes. Essa confiança indicará o caminho para que se integrem ainda mais à sociedade, tornando-se cada vez mais indispensáveis — e fortalecendo seu próprio crescimento revolucionário.

**Figura 1 - Loop de Retorno Positivo**



Tendências do Technology Vision 2018

---

# A EMPRESA INTELIGENTE

**Produtos e serviços baseados em tecnologia têm enorme impacto na forma como as pessoas trabalham e vivem. Por meio desses produtos e serviços, as empresas promovem mudanças inéditas na sociedade.**

O Accenture Technology Vision deste ano destaca cinco tendências emergentes que estão moldando a forma como a tecnologia amplifica o efeito causado pelas empresas na sociedade. No entanto, em troca do acesso e influência inéditos hoje desfrutados pelas empresas, as pessoas exigem delas maior responsabilidade. Em cada capítulo, você verá como as expectativas crescem à medida que clientes, funcionários, parceiros de negócio e governos, entre outros, buscam alianças formais com as empresas.



Tendência 1  
**IA  
CIDADÃ**  
**O Crescimento da IA para  
Beneficiar as Empresas e  
a Sociedade.**

À medida que as capacidades da Inteligência Artificial aumentam — assim como seu impacto nas vidas das pessoas —, as empresas devem correr para “melhorar” suas IAs, a fim de que ajam como integrantes responsáveis e produtivos da sociedade.



Tendência 2  
**REALIDADE  
ESTENDIDA**  
**O Fim da Distância.**

As tecnologias de realidade virtual e aumentada estão acabando com a distância entre pessoas, informações e experiências, mudando as formas como as pessoas vivem e trabalham.



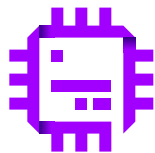
Tendência 3  
**VERACIDADE  
DE DADOS**  
**A Importância  
da Confiança.**

Ao se transformarem para operar baseadas em dados, as empresas criaram um novo tipo de vulnerabilidade: os dados imprecisos, manipulados e tendenciosos que produzem insights corrompidos de negócios e decisões distorcidas, que causam grandes impactos na sociedade.



Tendência 4  
**EMPRESA  
SEM ATRITO**  
**Criada para Parcerias  
em Escala.**

As empresas dependem de parcerias baseadas em tecnologias para crescer, mas seus próprios sistemas legados não foram projetados para suportar parcerias em escala. Para permitir o pleno funcionamento da companhia cada vez mais integrada, as empresas precisam, antes de tudo, refazer suas arquiteturas.



Tendência 5  
**A INTERNET DO  
PENSAMENTO**  
**Criação de Sistemas  
Inteligentes Distribuídos.**

As empresas apostam alto em ambientes inteligentes via robótica, IA e experiências imersivas. Contudo, para dar vida a esses ambientes inteligentes, elas precisam estender suas infraestruturas para os ambientes dinâmicos e reais que desejam atingir.

## Conclusão

---

**Como parte da perspectiva de vários anos da Accenture sobre o impacto da tecnologia nas empresas, essas tendências refletem a cultura digital em contínua evolução, que cria desafios e oportunidades para as organizações no mundo todo. Desde os primórdios da era digital, as empresas vêm evoluindo a cada ano:**

Tornaram-se digitais, envolveram-se cada vez mais nas vidas das pessoas, e adotaram a visão “Pessoas em Primeiro Lugar” com relação ao cenário corporativo em constante mudança. Agora, chegamos a um ponto de fusão: as empresas desejam redefinir a sociedade e não conseguem fazê-lo sozinhas. As parcerias com as pessoas são o caminho certo para todas as empresas e para a sociedade como um todo.

A cada ano, os temas individuais do Vision destacam tecnologias novas ou em evolução e seu crescente impacto por toda a empresa. Algumas tecnologias já desempenham importantes papéis nas estratégias das empresas líderes, enquanto outras começam a surgir como diferenciadoras. Tomados em conjunto, nossos temas do Technology Vision indicam a forma como as empresas devem tratar seus recursos, responsabilidades e oportunidades de sucesso nos próximos anos.

Com as empresas moldando as mudanças ao redor do mundo, ser um líder não envolve apenas a incorporação de novas tecnologias. Trata-se, principalmente, das formas como você estabelece parcerias com pessoas no dia a dia para melhorar vidas e moldar a sociedade – e, ao fazê-lo, desenvolve as bases sobre as quais continuará a crescer.

**Esta nova era tem tudo a ver com como podemos usar esses laços e informações que temos sobre as empresas – e elas têm sobre nós – para mudar a forma como trabalhamos juntos.**

**Michael Biltz** | Managing Director,  
Accenture Technology Vision - Accenture Labs

## O Quadro Completo

### O atual conjunto de três anos de tendências tecnológicas relativas ao Accenture Technology Vision inclui estes relatórios de 2017 e 2016:

O Accenture Technology Vision compreende três anos de um conjunto de tendências tecnológicas, e é importante perceber que as tendências deste ano são partes de um quadro maior. À medida que as empresas continuam a crescer como empresas digitais, elas precisarão acompanhar as mais recentes tecnologias e continuar a dominar aquelas que vêm sendo amadurecidas. Coletivamente, essas tecnologias definirão a forma como as empresas desenvolvem a próxima geração de negócios e criam os caminhos para o crescimento futuro. Para consultar os trabalhos por trás de todo o conjunto de tendências abaixo, visite [www.accenture.com/TechnologyVision](http://www.accenture.com/TechnologyVision).

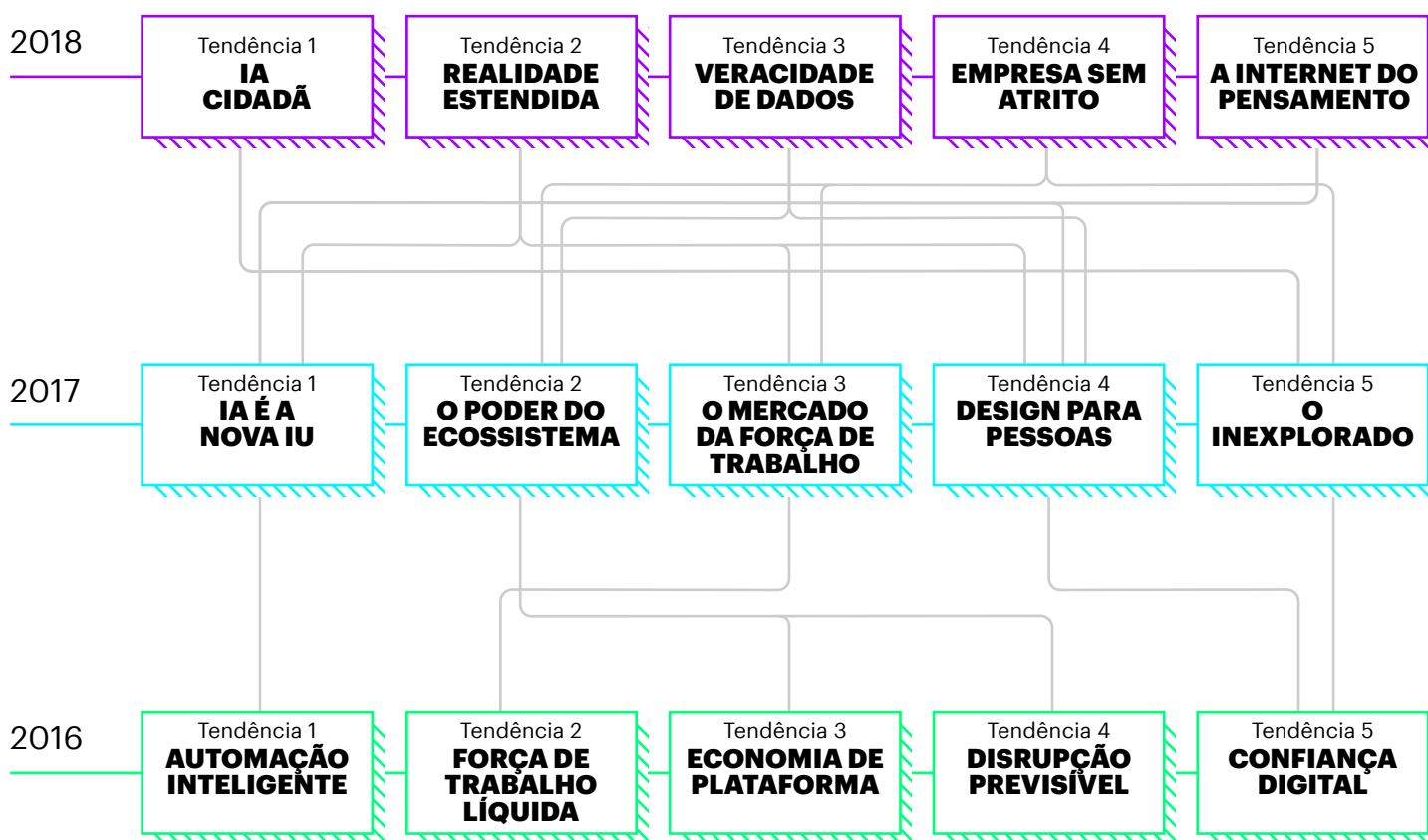


Figura 2 – Quadro da Evolução

2017

---

Tendência 1

## **IA É A NOVA IU**

**Experiência Acima de Tudo.**

A Inteligência Artificial (IA) está prestes a se tornar a porta-voz digital da sua empresa, indo além de ser uma ferramenta de back-end. A IA vem assumindo funções mais sofisticadas nas interfaces de tecnologia. Desde carros autônomos que usam visão computadorizada, até traduções ao vivo viabilizadas pelas redes neurais artificiais, a IA torna as interfaces simples e inteligentes – e estabelece novos patamares para o funcionamento das futuras interações. Atuará como a identidade da marca digital de uma empresa e como um grande diferenciador – e se tornará uma demanda central para os investimentos e a estratégia da agenda da diretoria.

Tendência 2

## **O PODER DO ECOSSISTEMA**

**Além das Plataformas.**

Cada vez mais, as empresas integram as funcionalidades de seus principais negócios a terceiros e suas plataformas. Porém, em vez de tratá-las como parceiras do tradicional, líderes visionários aproveitam essas relações para moldar um novo papel nos novos ecossistemas digitais – o que é vital para liberar as novas ondas de crescimento estratégico. À medida que o fazem, criam novas cadeias de valor que transformarão seus negócios, produtos, e até mesmo o próprio mercado.

Tendência 3

## **MERCADO DA FORÇA DE TRABALHO**

**Invente seu Futuro.**

O futuro do trabalho já chegou, e líderes digitais estão basicamente reinventando os fundamentos de suas forças de trabalho. Impulsionados pelo aumento de plataformas de mão de obra sob demanda e soluções de gestão de trabalho on-line, os modelos e hierarquias legados estão sendo desfeitos e substituídos por mercados abertos de talentos. O resultado é uma empresa sob demanda, que será a chave para a rápida inovação e mudanças organizacionais de que as empresas precisam para transformar-se em empresas verdadeiramente digitais.

Tendência 4

## **DESIGN PARA PESSOAS**

**Inspirando Novos Comportamentos.**

E se a tecnologia se adaptasse a você? A nova fronteira das experiências digitais é a tecnologia projetada especificamente para o comportamento individual humano. Líderes de negócios percebem que, à medida que a tecnologia reduz a distância da cooperação eficiente entre pessoas e máquinas, atender a comportamentos exclusivamente humanos melhora não apenas a qualidade da experiência, como também a efetividade das soluções de tecnologia. Essa evolução está transformando as tradicionais relações personalizadas em algo muito mais valioso: parcerias.

Tendência 5

## **O INEXPLORADO**

**Invente Novas Indústrias, Estabeleça Novos Padrões.**

As empresas não estão apenas criando novos produtos e serviços; elas estão criando novas indústrias digitais. Desde padrões de tecnologia, passando por normas éticas, até determinações governamentais, numa economia digital orientada por um ecossistema, uma coisa fica clara: ainda é preciso definir uma série de regras. Para concretizar suas ambições digitais, as empresas devem assumir funções de liderança para ajudar a criar as novas regras do jogo. Aquelas que assumirem o comando encontrarão um lugar próximo ou mesmo no centro de seus novos ecossistemas, enquanto as que não arriscam ficam para trás.

2016

---

Tendência 1

## **AUTOMAÇÃO INTELIGENTE**

**O Novo Colega de Trabalho Essencial para a Era Digital.**

Líderes adotarão a automação não apenas para aproveitar o ritmo vertiginoso das mudanças digitais, mas também para criar um novo mundo digital, no qual detêm vantagem competitiva. Máquinas e Inteligência Artificial serão os novos recrutas para a força de trabalho, trazendo habilidades para ajudar pessoas a realizar novas funções e reinventar o que for possível.

Tendência 2

## **FORÇA DE TRABALHO LÍQUIDA**

**Desenvolvendo a Força de Trabalho para as Demandas Digitais de Hoje.**

As empresas investem em ferramentas e tecnologias necessárias para acompanhar as constantes mudanças da era digital. Entretanto, para alcançar seus ambiciosos objetivos, líderes se concentram num fator muitas vezes ignorado: a força de trabalho. Eles buscam a tecnologia não apenas como um disruptor, mas também como facilitador para transformar pessoas, projetos e organizações inteiras em empresas altamente adaptáveis e preparadas para mudanças. Em poucas palavras, os líderes de negócio estão percebendo que sua nova força de trabalho líquida pode se tornar uma nova vantagem competitiva.

Tendência 3

## **ECONOMIA DE PLATAFORMA**

**Inovação de Fora para Dentro nos Modelos de Negócios Viabilizados por Tecnologia.**

Líderes da indústria estão liberando a força da tecnologia ao desenvolver não apenas novas plataformas de tecnologia, mas também modelos de negócios baseados em plataformas e estratégias viabilizadas por eles. Contudo, as mudanças na tecnologia são apenas o começo.

Tendência 4

## **DISRUPÇÃO PREVISÍVEL**

**Recorrendo aos Ecossistemas Digitais para a Próxima Onda de Mudanças.**

Ecossistemas surgindo rapidamente – pense em agricultura de precisão, internet industrial ou cidades inteligentes – criam as bases para a nova grande onda de disrupção corporativa. Ecossistemas digitais como esses, e os negócios que os movem, já estão rondando os mercados e confundindo as fronteiras entre os setores.

Tendência 5

## **CONFIANÇA DIGITAL**

**Fortalecendo o Relacionamento com Clientes por Meio de Ética e Segurança.**

Para ganhar a confiança das pessoas, do ecossistema e dos órgãos reguladores na economia digital, as empresas precisam ter forte ética e segurança a cada etapa da jornada do cliente. E novos produtos e serviços devem ser projetados com ética e segurança. As empresas que entenderem isso vão desfrutar de níveis de confiança tão altos que serão vistas pelos clientes como guias para o futuro digital.



Sobre o Technology Vision

---

# METODOLOGIA DA PESQUISA

**Todos os anos, a equipe do Technology Vision se associa à Accenture Research para identificar os projetos emergentes em TI que terão maior impacto sobre empresas, agências governamentais e outras organizações nos próximos três a cinco anos. Essas tendências têm impacto significativo em todos os setores e são aplicáveis para os negócios de hoje.**

O processo de pesquisa começa com coleta de informações do Technology Vision External Advisory Board, um grupo com mais de duas dezenas de pessoas experientes vindas dos setores público e privado, do meio acadêmico, de capital de risco e de empresas empreendedoras. Adicionalmente, a equipe do Technology Vision realiza entrevistas com visionários em tecnologia e especialistas do setor, bem como com quase 100 líderes de negócios de toda a Accenture.

Todos os anos, o processo também inclui uma pesquisa global com milhares de executivos de TI e de negócios de todo o mundo para entender suas perspectivas sobre o impacto da tecnologia nos negócios. As respostas da pesquisa ajudam a identificar as estratégias da tecnologia e os investimentos prioritários de muitos setores e geografias.

À medida que uma lista de temas surge do processo de pesquisa, a equipe do Technology Vision reúne novamente seu Conselho Consultivo. O workshop da diretoria, uma série de sessões prospectivas com a liderança da Accenture e especialistas externos no assunto, valida e refina ainda mais os temas.

Esses processos avaliam os temas de acordo com a relevância para os desafios de negócios do mundo real. A equipe do Technology Vision busca ideias que transcendam os conhecidos motivadores de mudanças tecnológicas, concentrando-se nos temas que, em breve, aparecerão nas agendas da diretoria da maioria das empresas.

## Referências

---

- 1 Kloberdanz, K. (2017, May 25). How Augmented Reality Glasses Are Being Used in Industry. GE. <https://www.ge.com/reports/looking-smart-augmented-reality-seeing-real-results-industry-today/>
- 2 Millward, S. (2017, July 27). "AI English Teacher" Gets \$100M. Tech in Asia. <https://www.techinasia.com/ai-english-teacher-100m>
- 3 Liu, X., Nourbakhsh, A., Li, Q., & Shah, S. (2015, October). Real-Time Rumor Debunking on Twitter. <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2806416.2806651>
- 4 Vega, N. (2017, July 28). Amazon Wants to Install Delivery Lockers in Your Apartment Building. Business Insider. <http://www.businessinsider.com/amazon-hub-delivery-locker-apartment-buildings-2017-7>
- 5 Barrett, B. (2017, October 25). Amazon Key Puts Deliveries—and Delivery People—in Your Home. Wired. <https://www.wired.com/story/amazon-key-and-cloud-cam/>
- 6 Dellinger, A.J. (2016, June 6). Tesla May Be Sharing Data with the Government to Help Advance Regulation on Autopilot Vehicles. The Daily Dot. <https://www.dailydot.com/debug/tesla-motors-autopilot-data-offered-to-department-of-transportation/>
- 7 MindSphere: Data to Knowledge. (n.d.). Siemens. <https://www.siemens.com/global/en/home/products/software/mindsphere.html>
- 8 Malik, J. (2017, September 28). If Data Is the New Oil, Then Equifax Just Caused a Huge Environmental Disaster. CSO. <https://www.csoonline.com/article/3228887/data-breach/if-data-is-the-new-oil-then-equifax-just-caused-a-huge-environmental-disaster.html>
- 9 Customer Letter. (2016, February 16). Apple. <http://www.apple.com/customer-letter/>
- 10 Alvarez, C. (2017, October 27). L'Oréal Championne Mondiale du Développement Durable, Selon le CDP. Novethic. <http://www.novethic.fr/empreinte-terre/climat/isr-rse/l-oreal-championne-mondiale-du-developpement-durable-144955.html>
- 11 L'Oréal Named as One of the World's Most Ethical Companies by the Ethisphere Institute for the Seventh Time. L'Oréal Group. (2016, March 7). <http://www.loreal.com/media/press-releases/2016/mar/ethispere-2016>
- 12 Can AT&T Retrain 100,000 People? (2017, March 15). Fortune. <http://fortune.com/att-hr-retrain-employees-jobs-best-companies/>

## **SOBRE A ACCENTURE**

A Accenture é uma empresa líder global em serviços profissionais, com ampla atuação e oferta de soluções em estratégia de negócios, consultoria, digital, tecnologia e operações. Combinando experiência ímpar e competências especializadas em mais de 40 indústrias e todas as funções corporativas – e fortalecida pela maior rede de prestação de serviços no mundo –, a Accenture trabalha na interseção de negócio e tecnologia para ajudar companhias a melhorar seu desempenho e criar valor sustentável para seus stakeholders. Com mais de 435 mil profissionais atendendo a clientes em mais de 120 países, a Accenture impulsiona a inovação para aprimorar a maneira como o mundo vive e trabalha. Visite [www.accenture.com.br](http://www.accenture.com.br).

## **SOBRE O ACCENTURE LABS**

O Accenture Labs incuba e cria protótipos de novos conceitos por meio de projetos de P&D aplicados que devem trazer impacto significativo em curto prazo sobre os negócios dos clientes. Nossa equipe dedicada de tecnólogos e pesquisadores trabalha com líderes de toda a empresa para investir, incubar e proporcionar ideias e soluções revolucionárias que ajudam nossos clientes a criar novas fontes de vantagens nos negócios. O Accenture Labs está localizado em sete importantes hubs de pesquisa pelo mundo: Bangalore, Índia; Beijing, China; Dublin, Irlanda; Vale do Silício, Califórnia; Sophia Antipolis, França; Washington DC.; e Israel.

## **SOBRE A ACCENTURE RESEARCH**

A Accenture Research molda tendências e cria insights orientados por dados sobre os temas mais urgentes que as organizações globais enfrentam. Ao combinar o poder de técnicas de pesquisa inovadoras com o profundo conhecimento das indústrias de nossos clientes, nosso time de 250 pesquisadores e analistas abrange 23 países e publica centenas de relatórios, artigos e pontos de vista todos os anos. Nossa instigante pesquisa – apoiada por dados proprietários e parcerias com organizações líderes como MIT e Singularity – orienta nossas inovações e nos permite transformar teorias e ideias frescas em soluções para o mundo real de nossos clientes.

Copyright © 2018 Accenture  
Todos os direitos reservados.

Accenture, seu logo e High  
Performance Delivered são  
marcas registradas da Accenture.

Este documento contém referências descritivas a marcas que podem ser propriedade de terceiros. O uso destas marcas neste contexto não é declaração de propriedade da Accenture e tampouco pretende representar ou implicar na existência de um vínculo entre a Accenture e os legítimos proprietários de tais marcas. Informações relativas a produtos, serviços e organizações de terceiros foram obtidas a partir de fontes públicas disponíveis, e a Accenture não pode confirmar a exatidão e fidedignidade de tais fontes de informação. Sua inclusão neste material não implica em endosso por ou de terceiros.

A visão e as opiniões deste artigo não devem ser interpretadas como recomendações profissionais relativas à sua empresa.