
Universo Penteo

INTEGRADORES

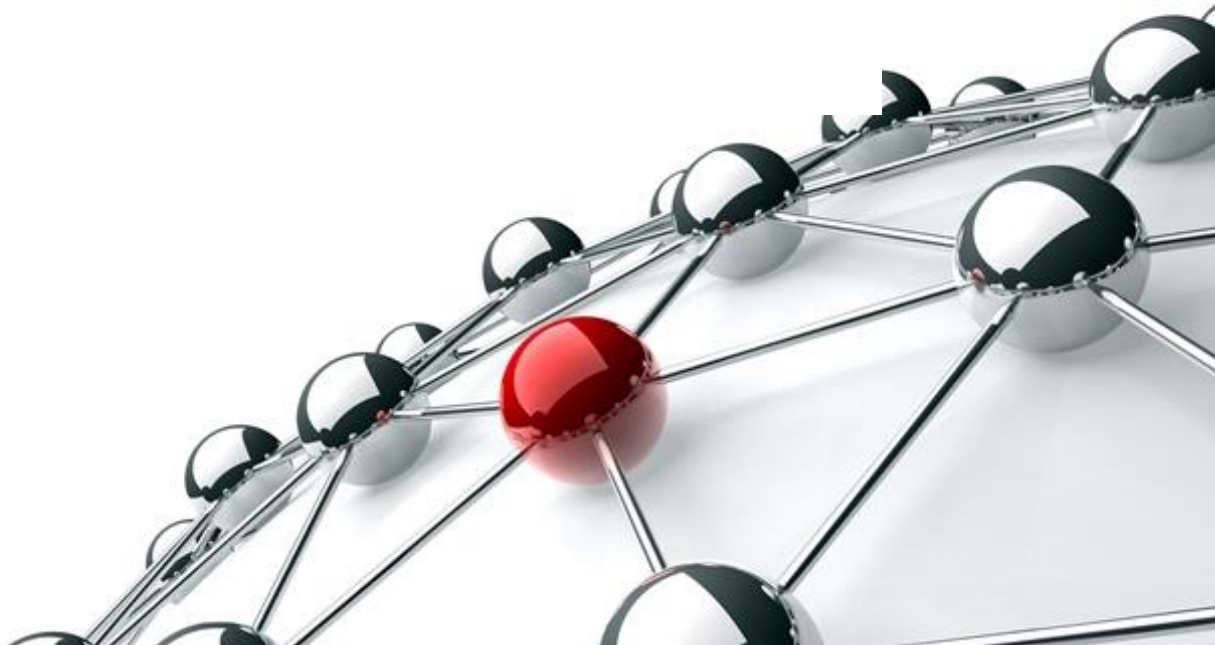
Big Data & Analytics 2019

Accenture

Departamento de Análisis Penteo | Marzo del 2019

 info@penteo.com  902 154 550  www.penteo.com  @penteoanalyst  Penteo ICT Analyst | Penteo Business and IT Executives

1. Definición del Universo – p. 2
2. Mapa del Universo – p. 3
3. Puntos clave del mercado – p. 5
4. Vendors Profile – p. 9



“La analítica avanzada, impulsada por la inteligencia artificial se posiciona como el elemento innovador en el sector de Big Data & Analytics. La introducción de capacidades cognitivas permitirá gestionar de manera diferencial las interacciones con los clientes. Aquí el desafío está en el lado de los integradores, que deberán proporcionar valor e innovación con un servicio asequible y de calidad. Todo ello mientras gestionan sus recursos económicos y humanos en un entorno donde los skills y el talento son escasos. Nos encontramos bajo un entorno tecnológico intenso y cambiante donde las organizaciones deben preguntarse qué información desean obtener y aprender con el análisis, y lo más importante, tener una estrategia de datos definida alrededor del dato.”

1. Definición del Universo

Contexto

El Big Data y la analítica comienzan la fase de consolidación, se tratan pues de conceptos extendidos, y que no deberían resultar extraños a nadie. La Inteligencia Artificial se posiciona como el elemento innovador en este ámbito, su irrupción, prometedora a la par que controvertida es considerada como la IV Revolución Industrial. En nuestro día a día interactuamos con sistemas capaces de generar patrones de comportamiento, y en definitiva, datos susceptibles de explotación por parte de terceros.

Si bien es cierto que la Inteligencia Artificial ha llegado a las masas e incluso ha sido capaz de batir a humanos en tareas y juegos, su penetración en las empresas no se encuentra al mismo nivel. En nuestro último Market Trends de Analítica Avanzada reflejamos cómo las compañías tienen voluntad y necesidad de adoptar esta tecnología. En 2019 seremos testigos de cómo los integradores potenciarán su propuesta de valor alrededor de la IA, con casos de uso y soluciones destinadas a resolver las problemáticas en los clientes y a habilitar nuevos modelos de negocio.

Alcance

Para el estudio se ha tenido en cuenta los siguientes ámbitos de análisis de Big Data & Analytics.

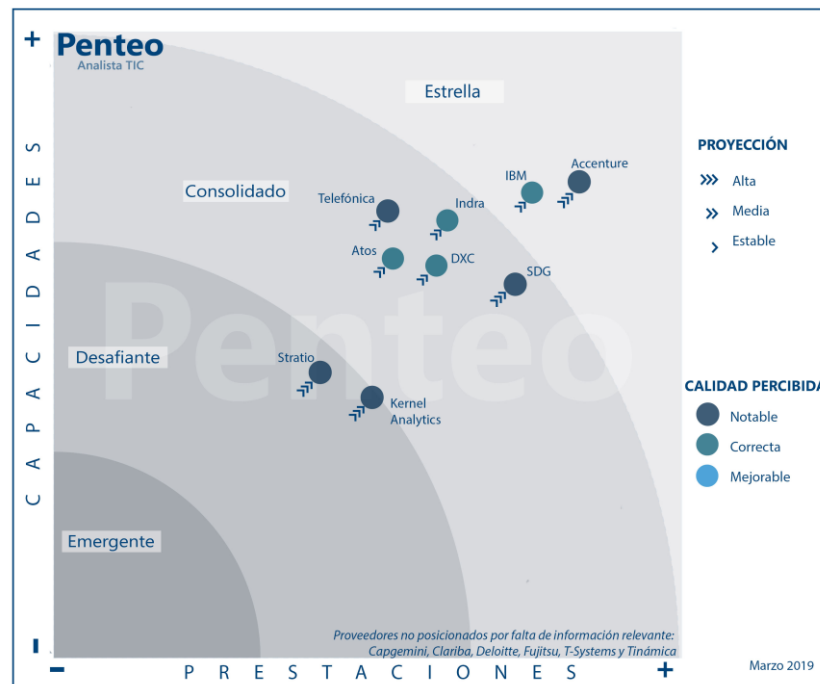
- **Consultoría de Negocio y Servicios de Implantación de Big Data & Analytics.** Estrategia, análisis y roadmap de proyectos, assessment inicial y discovery. Implementación de proyectos de Big Data, analítica y cualquier otro proyecto relacionado con el tratamiento del dato.
- **Data Management & Business Intelligence.** Gestión y gobierno del dato, desarrollo de proyectos de business intelligence, definición de la estrategia de data-warehousing. Integración con sistemas transaccionales, y desarrollo de reporting con capacidades UX/UI.
- **Big Data & Analytics.** Capacidades de desarrollo de proyectos en tecnología Hadoop/Spark y el uso de todas las herramientas del ecosistema. Desarrollo de proyectos analíticos y soluciones sectoriales con técnicas de machine learning y de soluciones basadas en Inteligencia Artificial
- **Divulgación y Formación.** Iniciativas de captación y divulgación del Big data y Analytics. Estrategia de formación de usuarios técnicos y de negocio.
- **Data Quality & Compliance.** Tareas de gestión y gobierno del dato, contemplando las casuísticas legales y de compliance impuestas por la regulación vigente.

Tipos de proveedores

A continuación, se presenta el posicionamiento en el mercado de los proveedores que conforman el panorama Big Data & Analytics en España clasificados por las siguientes categorías:

- La **estrella** dispone de unas capacidades y prestaciones consolidadas, una propuesta de valor que da cobertura en todos los servicios analizados, presencia en todas las geografías, y una penetración amplia y variada en el mercado nacional.
- El **consolidado** es un referente en el mercado y es capaz de dar un servicio completo end-to-end en la solución. Su propuesta de valor es sólida y aspira a convertirse en estrella.
- El **desafiante** tiene experiencia en la tecnología y da servicios de calidad en los ámbitos analizados. Aspira a tener más presencia en el mercado para evolucionar a un proveedor consolidado.
- El **emergente** ha iniciado su camino en la tecnología posicionándose entre los principales proveedores del mercado nacional, disponiendo de un gran potencial de crecimiento.

2. Mapa del Universo



Dimensiones evaluadas en el marco de análisis:

A. Las **CAPACIDADES** evalúan:

- **Solidez en la línea de servicio:** a nivel nacional e internacional, en antigüedad de la compañía, volumen de ingresos, número de clientes y peso de la línea de negocio.
- **Capacidad del delivery:** centros de delivery, excelencia de los centros, distribución de perfiles, capilaridad del delivery por TIER, geografías y sector.
- **Equipo:** número de FTEs, estructura piramidal, formación del equipo, gestión del talento e índice de rotación.
- **Go To Market:** propuesta de valor, organización comercial, gestión comercial y aproximación al cliente.

B. Las **PRESTACIONES** evalúan los servicios en el ciclo de vida de los proyectos de Big Data & Analytics: estrategia, consultoría de negocio, proyectos de data management, datawarehousing, business intelligence, big data, business Analytics y analítica avanzada. Además de proveer servicios de Data Quality y Data Governance alrededor de los siguientes factores:

- **Cobertura del servicio:** disponibilidad en el portafolio y número de FTEs dedicados.
- **Alcance del servicio:** descripción, ejecución y buenas prácticas en cada uno de los servicios del portafolio.
- **Herramientas y metodologías:** plataformas analíticas propias, metodologías desarrolladas y adopción de mejores prácticas para la entrega del del servicio.
- **Capilaridad del mercado:** Top Of Mind, principales competidores, distribución de clientes por ámbitos, por TIER, por geografías y por sectores.

C. Las **PROYECCIÓN** evalúa por un lado la evolución pasada y previsión futura en volumen de negocio, clientes, empleados, y por otro lado las estrategias de innovación en el producto, servicio y crecimiento de la compañía y línea de servicio.

D. La **CALIDAD** evalúa la satisfacción de los clientes en el proceso comercial, en el delivery del servicio, en la cobertura de expectativas y en la compañía.

Posicionamiento de los diferentes actores

- **ACCENTURE** estrella en capacidades y prestaciones, su delivery contempla todos los servicios alrededor del dato. Su plataforma analítica Accenture Insights Platform proporciona un entorno único que aglutina soluciones tecnológicas innovadoras y el desarrollo de técnicas analíticas de inteligencia artificial, aportando una visión humanizada a los sistemas del negocio.
- **ATOS** aglutina en su línea de negocio Codex las soluciones más innovadoras como Big Data IoT y la analítica avanzada. Mantiene una apuesta clara por la innovación, siendo pionero en la simulación de procesos analíticos basados en computación cuántica. Con especial dedicación a la industria, dispone de servicios analíticos especializados sobre plataformas IoT.
- **DXC** a través de su consultoría de estrategia del dato habilita en los clientes la ejecución de proyectos de Big data & Analytics, siendo un actor consolidado en este ámbito. Dispone de soluciones verticales, con modelos de analítica avanzada desarrolladas para necesidades específicas del negocio.
- **IBM** pionero en el desarrollo de la Inteligencia Artificial, su propuesta de valor incluye las plataformas Watson, basadas en computación cognitiva. Su portfolio incluye soluciones tanto hardware como software que permiten dar servicio íntegramente con capacidades propias. Se posiciona como un impulsor de la inteligencia artificial, generando nuevos casos de uso.
- **INDRA** canaliza la entrega de servicios de consultoría e implementación de proyectos a través de su división Minsait. Su portfolio de servicios es completo, con capacidad para proporcionar servicios end-to-end alrededor del dato, desde la consultoría de negocio a la innovación. Posee elevada presencia en el territorio nacional, siendo un actor de referencia en este ámbito.
- **KERNEL ANALYTICS** actor especialista en la provisión de servicios de Big Data & Analytics, con capacidades y prestaciones desafiantes en el Universo. Cimentándose en sus tres principales pilares; la orientación al negocio, el expertise analítico y soluciones tecnológicas innovadoras, habilita la transformación digital, cuantificando el éxito a través de métricas precisas y definidas.
- **SDG** integrador especialista en mercado de Big Data & Analytics, su notoriedad tiene una proyección elevada. Su enfoque orientado al cliente y a la innovación, unido a un equipo con elevado expertise, permite a SDG acometer proyectos en clientes de primer nivel. Posee una proyección prometedora, demostrando prestaciones para ejecutar proyectos de calado.
- **STRATIO** se posiciona como un actor desafiante en el panorama de integradores de Big Data & Analytics. Su pasado start-up queda atrás, cuenta con referencias de primer nivel, además de importantes alianzas con proveedores software. La ejecución de proyectos se caracteriza por priorizar la entrega continúa proporcionando valor una interacción ágil con el cliente.
- **TELEFÓNICA** extiende los servicios prestados a nivel interno de Big Data y analítica, incorporando en los clientes las lecciones aprendidas y la innovación. Su posicionamiento se refuerza tras la inclusión de Synergic Partners y el impulso de LUCA, la unidad encargada de los proyectos analíticos. Su incremento de clientes en el pasado año ha sido muy significativo.

3. Puntos clave del mercado

En nuestro Market Trends de Plataformas de Analítica Avanzada vemos cómo la situación del mercado para el ámbito de Big Data & Analytics refleja dos velocidades de adopción. Por un lado, un 18% de las compañías ya se ha embarcado en algún proyecto y un 36% está en proceso, los avanzados digitales se apoyan en el Big Data y la analítica para mejorar sus procesos internos y a la vez proporcionar valor añadido en las interacciones con sus clientes. La otra cara de la moneda son el 38% que prevé implantar proyectos de esta tipología a largo plazo y el 9% que carece de previsión alguna. La falta de casos de uso, una estrategia no definida alrededor del dato y el expertise interno son los hitos que los integradores deben resolver para ejecutar en estas empresas proyectos analíticos.

Las empresas identifican la clara evolución que ha experimentado el mercado de Big Data & Analytics en los últimos años, pero aún consideran que hay margen de mejora. Es reseñable que un 43% de los clientes opina que el mercado es lo suficientemente maduro como para empezar a acometer proyectos. Sin duda la apuesta de los integradores por definir soluciones sectoriales, con casos de uso claros a través de modelos analíticos parametrizables y la provisión de plataformas analíticas, serán elementos facilitadores y a considerar por los clientes que se inicien en el big data y la analítica.

Caracterización de la demanda

- La interconexión de personas, procesos y dispositivos permite medir las transacciones, el sentimiento de cliente, el comportamiento antes de realizar una compra, procesar estados, etc. Esto sirve no únicamente para tener una mejor experiencia de cliente, ser más eficientes u ofrecer mejor calidad, sino también para identificar signos que anuncien tendencias y oportunidades para reorientar los negocios o incluso transformarlos por completo.
- Conceptualmente la analítica trata de convertir datos en inteligencia, de manera que se permita adaptar y reinventar constantemente el modelo de negocio. Con dicho panorama las plataformas de análisis avanzado se convierten en una herramienta central y que vienen impulsadas por la creciente transformación digital, la gran cantidad de volúmenes de datos generados y la democratización tecnológica.
- En nuestro informe IT Priorities de 2019 reflejamos el crecimiento muy significativo en Big Data & Analytics. Durante el año pasado, el Big Data se convirtió en una de las tendencias más claras. En 2019, no disminuirá, o dicho de otro modo, el presupuesto crecerá gracias en parte al incremento en las Plataformas de Advanced Analytics.
- Los proyectos de Big Data & Analytics representan un 6% de la partida presupuestaria total, lo que supone una variación positiva del 9% en relación con el año pasado.
- Las compañías en una proporción de 6 de cada 10 opinan que el mercado plataformas analíticas no está maduro, y como máximo se plantearían experiencias piloto. Esto se alinea con tendencia observada en el Market Trends de Advanced Analytics donde la mayoría de las empresas siguen una estrategia centrada en iniciativas puntuales careciendo de una visión global.
- Alrededor del Big Data existe un conocimiento muy genérico, y en menor medida de las tecnologías subyacentes. El conocimiento detallado, profundo y experto es todavía escaso. Un 79% de las empresas no dispone de personal con expertise específico en Big Data en ninguna de sus áreas.
- La importancia que se concederán las organizaciones a la ciencia de datos en los próximos 3 años, nos indica que en 2 de cada 3 empresas se espera que tome alta relevancia. Para empezar porque en los diez últimos años la explosión de sistemas, aplicaciones, redes sociales han conformado una sociedad de la información con sobre abundancia de datos disponibles.

- Si realizamos la caracterización desde un punto de vista operativo observamos tres elementos que marcan el nivel de madurez de las organizaciones: un uso reducido de los datos disponibles, falta de conocimiento y habilidades para el uso de las aplicaciones.

Caracterización de los proveedores

- Continúa la tendencia de crecimiento en el sector, el ritmo de crecimiento de las líneas de negocio centradas en el Big Data continúa imparable. Ingresos, empleados, innovación y número de clientes mantienen la tendencia al alza, y la perspectiva de futuro es que mantenga la misma proyección.
- Los integradores posicionados cuentan con referencias significativas y de primer nivel, poniendo en constancia sus capacidades y prestaciones. Prácticamente la totalidad de las referencias proporcionadas se encuentran en el apartado de grandes cuentas TIER I y TIER II. Este aspecto cobra especial importancia, pues los clientes valoran como elemento primordial la experiencia del proveedor como partner de la plataforma o producto. Este factor, unido a la solidez y notoriety de marca, se posicionan antes que los costes de implantación.
- El mercado de Big Data y Analytics contempla actores con un amplio expertise y recorrido, incluyendo integradores especialistas con dedicación plena a este ámbito. La apuesta por esta tecnología, su potencial capacidad transformadora y su componente de innovación la sitúan como una línea de negocio estratégica.
- Los proveedores coinciden al diagnosticar la elevada complejidad de los proyectos que se llevan a cabo. La escasa madurez actual de las compañías alrededor del dato resalta la importancia de la gobernanza tanto para los datos como para los modelos generados.
- Uno de los servicios de valor añadido que proporcionan los integradores es la capacidad de complementar los proyectos de analítica con múltiples fuentes secundarias. La mayoría de los integradores cuenta con acuerdos con empresas proveedoras de datos, además de las fuentes públicas y estatales y de los propios datos del cliente.
- A nivel de hardware y software, los integradores se preocupan por disponer de un ecosistema de alianzas muy completo. Enfocados en proporcionar un servicio agnóstico de la plataforma de cliente, los integradores buscan ofrecer la máxima flexibilidad posible sin ataduras a ninguna tecnología o tipo de despliegue.

Caracterización de los servicios

- Los proyectos de gestión del dato (carga, calidad y gobierno), tienen también una relevancia significativa. Los clientes necesitan mantener de manera óptima sus almacenes de datos, los integradores en este apartado pueden proporcionar nuevas capacidades al datawarehouse clásico e integrar los distintos datamarts de las compañías en un único data-lake. Por ello no es de extrañar que el número de proyectos realizados por los integradores en este ámbito aún sea elevado.
- El Business Intelligence se mantiene como una de las líneas de negocio más representativas dentro de las compañías. El Big Data no va a reemplazar a los sistemas BI, pero sí acelerar su transformación adecuándolo a los tiempos actuales. Esto quiere decir, que los integradores se esfuerzan en proporcionar un rendimiento potente y funcionalidades innovadoras.
- Las visualizaciones y dashboards interactivos son herramientas que, sin introducir un nuevo stack tecnológico en el cliente, permiten innovar sobre los desarrollos existentes. Los integradores potencian esta área y buscan la sofisticación en la capa visual, puesto que las interfaces son lo único que separa el dato de la toma de decisiones por parte del negocio.

- Los proyectos relacionados con tecnología Big Data despegan en organizaciones donde el acceso al dato en cuasi-tiempo real es una ventaja competitiva, y donde la tipología del dato es desestructurada por naturaleza. Los integradores manejan en su propuesta de valor el ecosistema de soluciones Hadoop de manera íntegra, proporcionando incluso servicios a través de alianzas con las distribuciones más populares como Cloudera y Hortonworks.
- La nube habilita la provisión de la infraestructura y arquitectura de big data como servicio, denominado BDaaS. Este enfoque permite que los integradores introduzcan soluciones innovadoras, como el aprovisionamiento de infraestructuras basadas en microservicios, dando una visión agnóstica de la infraestructura. Este enfoque permite proporcionar un delivery en primer lugar más ágil, y segundo aprovecha las bondades que ofrecen los microservicios como la alta disponibilidad y el aprovechamiento de las ventajas de la nube.
- La analítica avanzada es la punta de lanza de la propuesta de valor de todos los integradores, pues podemos decir que su popularidad ha superado al Big Data por los beneficios que aporta. La introducción de analítica predictiva y prescriptiva en las compañías es un proceso complejo, y se trata de proyectos que utilizan la información de la compañía y fuentes externas para descubrir patrones tales como la previsión de pérdida de clientes, modelos de aversión al precio e incluso minería de procesos.
- Las prestaciones de los integradores se ven potenciadas con la inclusión de plataformas de analítica avanzada propietarias, destinadas a acelerar el delivery del servicio. Incluyen un portfolio completo de funcionalidades, como son la integración con diferentes soluciones y aplicativos (proveedores cloud, Hadoop, etc...) y con plataformas de análisis y visualización de datos (Python, RStudio, BI...)
- Se mantiene como uno de los focos el dar el poder a los usuarios de negocio, mediante soluciones analíticas simples, visuales, pero a la vez potentes. Una vez más el aislamiento de la capa tecnológica permite que el usuario sólo se preocupe de la toma de decisiones de negocio
- Uno de los pilares en este universo es la gestión de la formación. Todos los integradores poseen iniciativas de divulgación de la analítica, con acuerdos con las principales universidades españolas. Es importante también el foco a la formación al usuario, tanto a nivel técnico como al negocio, para así alinear los potenciales proyectos, permitiendo una definición de los casos de uso junto con una correcta gestión de las expectativas.

Siguientes pasos

- Si realizamos la comparativa entre los beneficios esperados y obtenidos por parte de los clientes en Big data y Analytics se aprecia que la mayoría de los beneficios se encuentran enmarcados en el cuadrante de decepción, las expectativas no se han materializado y por tanto las plataformas analíticas son difíciles de utilizar y de explotar adecuadamente para obtener valor. Las organizaciones deben preguntarse qué información desean obtener y aprender con el análisis, y lo más importante, tener una estrategia de datos definida alrededor del dato. Esto implica un cambio cultural en las unidades de negocio que deben ser capaces de materializar esa necesidad y trabajar en un entorno donde la toma de decisión esté fundamentada en datos.
- El sector del Big data y Analytics se encuentra en un punto de inflexión. Las tecnologías comienzan a *comoditizarse*, surgiendo las modalidades como servicio, introduciendo facilidades a las empresas para adoptar dichas tecnologías. El reflejo de los gigantes tecnológicos comienza a tener calado en las compañías, y los integradores deberán gestionar sus recursos económicos (inversión) pero más importante, el factor humano. Un entorno donde los skills y el conocimiento son escasos, los equipos de trabajo se antojan cruciales para la consecución de los objetivos. La fuga de talento supone una rémora que tiene impacto, con consecuencias que afectan a las ventajas competitivas.
- La inteligencia artificial se posicionará a corto y medio plazo en una de las tecnologías más interesantes para las compañías. La introducción de capacidades cognitivas combinadas con el

uso de técnicas de realidad aumentada permitirá optimizar los procesos y gestionar de manera especial las interacciones con los clientes. El desafío al que se enfrentan los integradores es el de gestionar a la par que se satisfacen las expectativas de los clientes. Todo ello bajo un entorno tecnológico muy intenso y cambiante donde el equipo y sus skills serán determinantes para llevar a buen puerto las iniciativas innovadoras.

Vendor Profile: Accenture

Company Profile

- **Fundación:** 2001 (1951 matriz)
- **Inicio de operaciones en España:** 1965
- **Propiedad** (principales accionistas): Empresa cotizada en la bolsa de Nueva York.
- **Ingresos último año fiscal (2018):**
 - España: 1.116 M €
 - Mundo: 34.900 M €
- **Empleados (2018):**
 - España: ~14.500
 - Mundo: ~459.000
- **Oficinas:**
 - España: Alicante, Andorra, Barcelona, Bilbao, Huesca, Gijón, Granada, León, Madrid, Málaga, Murcia, Oviedo, Sant Cugat, Santander, Sevilla, Valencia, Valladolid y Zaragoza.
 - Resto del Mundo: Cuenta con oficinas en todo el mundo, hasta 55 países, incluyendo Francia, Alemania, Reino Unido, Irlanda, Italia, y regiones como Oriente Medio y Africa, Asia y América.
- **Principales actividades de negocio:** Servicios profesionales a empresas mediante cinco líneas de negocio: Accenture Strategy: estrategia tecnológica y empresarial; Accenture Consulting: consultoría tecnológica y empresarial; Accenture Digital: interactive, movilidad, analytics; Accenture Technology: servicios de aplicación, labs, alianzas de ecosistema; Accenture Operation: procesos de negocio, transformación de infraestructura, cloud, networking, workplace y service management; y Accenture Security: área cross a la organización con el objetivo de reforzar el posicionamiento como proveedor extremo a extremo de soluciones de ciberseguridad.
- **Descripción de la compañía:** Compañía global líder en servicios profesionales que ofrece una amplia gama de servicios y soluciones en estrategia, consultoría, digital, tecnología y operaciones. Combinando su gran experiencia y conocimiento especializado en más de 40 industrias y en todas las áreas de negocio -reforzada con la red de centros de desarrollo más extensa del mundo-. Accenture trabaja en la intersección del negocio y la tecnología con el propósito de ayudar a sus clientes a mejorar su rendimiento y crear un valor sostenible para sus públicos de interés.

Service Profile

- **Inicio de prestación de servicios de Big Data & Analytics en España:** 2012
- **Plantilla dedicada a servicios de Big Data & Analytics:**
 - España: ~870
 - Mundo: ~31.500

- **Experiencia declarada:** Accenture acredita disponer de 221 clientes con proyectos activos en Big Data-Analytics en España, a los que suma más de 1.600 a nivel internacional, con un crecimiento de 12 nuevos clientes españoles respecto al año anterior en el espacio de Analytics
- **Servicios, soluciones y metodologías propias:** Accenture pone a disposición de sus clientes su plataforma analítica AIP- Accenture Insights Platform, que soporta todas las fases de gestión de la información. Se centraliza en un solo aplicativo desde la captura, tratamiento y almacenamiento de la información hasta las funcionalidades de visualización y analítica avanzada. Dispone de conectores con múltiples fuentes de datos y habilita el desarrollo de aplicaciones en múltiples lenguajes sin estar restringido a un desarrollador SW. Además, y de manera complementaria, se incluyen servicios de gestión de la seguridad (cumplimiento GDPR y seguridad de la información) y de servicios gestionados como con la monitorización y help-desk.
- **Alianzas con otros proveedores:** Dispone de una red de partners muy extensa que complementa su portfolio de servicios. Posee alianzas con empresas fabricantes de software y fabricantes hardware para la provisión de servicios analíticos en la nube. Es importante destacar que de manera complementaria Accenture dispone de acuerdos con más de 250 compañías proveedoras de datos
- **Segmentación de clientes:** el perfil de los clientes de Accenture es el de cuentas grandes pertenecientes a TIER I (volumen de facturación >1.000 M€), con presencia en toda la geografía española y a nivel internacional. Se distribuyen además en los diferentes sectores, con mayor presencia en industria, banca & seguros, utilities & telco, y sector público.

Servicios en su propuesta de valor

- **Consultoría de Negocio y Servicios de Implantación de Big Data & Analytics.** Las capacidades de Accenture permiten ofrecer servicios end-to-end. Su equipo de consultoría de negocio, especializada en el área de Analytics ayuda a sus clientes en la definición del roadmap de adopción, teniendo en cuenta los objetivos y riesgos. La ejecución del proyecto se lleva a cabo con profesionales formados y certificados en tecnologías de BI y Big Data. Accenture cuenta con Centros de Excelencia repartidos por la geografía española, contando con equipos multidisciplinares para la implementación y ejecución de proyecto Big Data.
- **Data Management & Business Intelligence.** La gestión de datos empresariales supone una de las mayores áreas de negocio de Accenture. Habilita a los clientes la obtención de valor del dato, a través de la implantación de un data-lake corporativo y estrategias de gestión y gobierno de la información. Cuentan con capacidad para abordar proyectos de Business Intelligence de elevada complejidad proporcionando un alto grado de personalización y adaptabilidad a las necesidades de sus clientes. Dispone de acuerdos empresas proveedoras de información de múltiples sectores (telco, banca...) para alimentar los procesos analíticos.
- **Big Data & Analytics.** Estas prácticas se engloban en la práctica de Applied Intelligence de Accenture, un área donde se busca aplicar las habilidades cognitivas de los seres humanos a la tecnología mediante las capacidades de la Inteligencia Artificial. La misión es aportar valor a las compañías contemplando los procesos y el factor humano, pues la transformación digital empresarial se centra en la operativa y vida diaria de usuarios y clientes.
- **Divulgación y Formación.** Han llevado a cabo acciones enfocadas a difundir y promover el mundo de la analítica con eventos como el Digital Women, y reuniones interactivas de cooperación como Analytics & Beers donde se ponen en común tendencias sobre la IA. La

formación de los empleados es completa y se sustenta sobre múltiples iniciativas, definidas en un curso formativo específico como es el "Iconic Training Plan".

- **Data Quality & Compliance:** Accenture dispone de referencias contrastadas en la implementación definición de procesos para el cumplimiento normativo. Este cumplimiento no se restringe a GDPR, y se extiende al compliance del sector bancario y seguros, proporcionando servicios seguros para el cliente sobre la nube.

Claras fortalezas

- Accenture se sitúa como empresa líder por sus capacidades y prestaciones en el ámbito de Big Data & Analytics por su elevado expertise y orientación al cliente. Sus clientes confían y respaldan la posición de Accenture como integrador capaz de acometer con garantías proyectos de transformación digital, y afrontar de manera íntegra todo el proceso de adopción. Cuenta con una presencia muy importante en el mercado español complementada con una posición privilegiada en el mercado internacional, elemento clave, pues los proyectos de Big Data tienen a estar caracterizados por su foco global.
- La práctica de Big Data & Analytics se engloba dentro de la división de Applied Intelligence, un departamento con elevado expertise, certificado en tecnologías y metodologías que habilitan la ejecución de proyectos complejos a la par que innovadores. Los clientes coinciden al valorar positivamente dicho conocimiento, tanto de la tecnología como de su sector, siendo uno de los puntos fuertes y diferenciales de la compañía. Accenture se diferencia contando por cada línea de servicio con un elevado número de recursos especializados, lo cual permite crear equipos multidisciplinares con capacidades de colaboración con otras líneas de negocio dentro de la empresa.
- En un contexto donde la innovación es la práctica constante, Accenture enfoca dicha práctica desde un punto de vista global, donde las alianzas, las start-ups e incluso las universidades juegan un papel protagonista. Su propuesta de valor se complementa con la plataforma Accenture Insights Platform (AIP), suministrada como servicio en la nube o en on-premises, elimina las tan comúnmente presentes barreras tecnológicas en los clientes. De esta manera se provee de un único entorno al cliente, que integra todas las fases y estados de la analítica, poniendo a su disposición diversas soluciones y tecnologías.

A evaluar su evolución en...

- La cartera de clientes de Accenture está muy concentrada en la gran cuenta (TIER I (más de 1.000M€), si bien es cierto, respecto al anterior análisis, ya cuenta con referencias en clientes de TIER II (entre 500 M€ y 1.000 M€). Se trata de una tónica general de la compañía, si bien es cierto, en este apartado su radiografía de clientes está más concentrada en un solo sector. Debido a la naturaleza del propio sector, provoca que las empresas de menor tamaño busquen soluciones e integradores más de nicho, pues requieren soluciones de coste reducido y menor envergadura. Este hecho está en sintonía con la percepción de sus clientes, pero pese a ello confían en Accenture como una empresa capaz y fiable en la ejecución de grandes proyectos de Big Data.
- La solución AIP ha sufrido mejoras sustanciales respecto al último año, y es de especial relevancia la verticalización de la solución, lo que permite reducir el time-to-market en los

despliegues. Será clave en el crecimiento de la compañía y de la cartera de clientes (especialmente de TIER II y TIER III) la adaptación y aprovechamiento de las lecciones aprendidas.

- Un fenómeno común en este sector es la alta rotación de los profesionales, pero en este caso se ve acuciado por la falta de talento en nuevas tecnologías y una elevada competencia entre empresas. En este contexto, Accenture tiene una rotación de empleados dentro de la media, tiene definidas acciones que deben consolidar la madurez de su equipo, y por otro, impulsar las campañas de captación con una oferta atractiva.

Valoración

Capacidad	Necesita mejorar	Correcta	Positiva	Líder
Prestaciones	Necesita mejorar	Correcta	Positiva	Líder
Proyección	Estable	Media	Alta	
Calidad	Mejorable	Correcta	Notable	

Sobre el Universo Penteo

Los Universos Penteo analizan las capacidades, prestaciones, proyección y calidad del servicio que ofrecen los diferentes proveedores, posicionándolos en un mapa de un mercado concreto, identificando fortalezas y debilidades frente a la competencia.

Este análisis es un referente que tiene amplia difusión y llega prácticamente a la totalidad de la comunidad TI en España. Está disponible en nuestra plataforma en las siguientes tecnologías: Cloud, Digital Workplace, Ciberseguridad, SAP Hana, Analytics, MS Dynamics, AM, Integradores IoT.

Sobre Penteo

Penteo es el analista TI independiente que lidera la mayor Comunidad de Conocimiento TI de España, y ofrece un servicio especialmente diseñado para Directivos con influencia o responsabilidad en las decisiones TI-Negocio, ayudándoles a garantizar el acierto de sus decisiones, compartiendo conocimiento, asesorándoles y facilitándoles hacer networking. Y para proveedores TI, Penteo aporta información del mercado sobre tendencias y posicionamientos, y proporciona apoyo experto con el que maximizar el éxito en sus estrategias.

Desde hace más de 20 años damos servicio a más de 200 compañías e instituciones de primer nivel del mercado español. Un servicio con el que minimizar riesgo, tiempo y coste, y extraer de las TICS y las Tecnologías Digitales el máximo valor para el negocio.



Conocimiento del
mercado local



Investigación imparcial
y rigurosa



Independencia de
marca y proveedor

Penteo
Analista TIC

Tu asesor TI de confianza que proporciona conocimiento y apoyo experto e independiente

Propiedad Penteo.

Esta publicación no puede ser reproducida sin permiso expreso de Penteo. La información que contiene este informe se ha obtenido de fuentes consideradas fiables. Penteo no se responsabiliza de posibles errores, omisiones o inexactitudes que pueda contener este informe, así como del uso que pueda hacerse de las recomendaciones u opiniones que contiene. El contenido del informe está sujeto a cambios sin preaviso.