Reinvenção com DNA latino-americano



Uma ararajuba, ícone nacional da biodiversidade brasileira, guia os clientes desde o elevador do 12º andar dos escritórios da Accenture, em São Paulo, até o recém-inaugurado Connected Innovation Center (CIC).

A ave voa entre painéis instalados no corredor como um lembrete de que toda inovação, inovação e reinvenção ali desenvolvidas honram nossas raízes e nosso futuro. Suas cores, o verde-e-amarelo da bandeira brasileira, simbolizam identidade; sua condição de espécie ameaçada lembra que reconhecê-la faz sentido quando acelera a sustentabilidade. Enquanto guia o visitante à recepção, o pássaro deixa o recado de que, ali, brotam soluções que respeitam o Brasil e protegem o que é único.

O novo CIC permite a reinvenção do relacionamento da Accenture com seus clientes. Eles são sempre recebidos por humanos, nunca por robôs. O único ponto de tecnologia na entrada é uma tela domótica, a primeira na América Latina. Nela, a Accenture presta tributo aos talentos brasileiros que, antes de nós, uniram a tecnologia e a criatividade humana para reinventar relações comerciais, humanas, artes, economias, sociedades, comportamentos, ciências, etc.

O simbolismo está presente em todos os espaços deste ambiente que combina tecnologia, dinâmicas de cocriação, dados, experiência de valor para o cliente e design para acelerar soluções e fortalecer vínculos executivos.

A recepção do CIC em São Paulo é tudo o que não se espera encontrar numa empresa reconhecida por seus investimentos e pelas capacidades em tecnologia. Ela representa o início e o fim da missão de todo líder hoje: usar a criatividade e a tecnologia a favor de um mundo em equilíbrio. No teto, estão simbolizadas as ondas de inovação. No mobiliário, a criatividade. E no paisagismo, a força da natureza. São representações de um mundo onde a criatividade nasce da mão humana, que, por meio das ferramentas disponíveis, reinventa um tronco para fazer um objeto que melhore sua vida e seu trabalho. A tecnologia, afinal, é habilitadora das ideias.

Quando de fato entram no CIC, os clientes são convidados a mergulharem em narrativas digitais que mostram, na prática, como a tecnologia transforma negócios. Ali, não há slides nem apresentações tradicionais. Em vez disso, telas curvas de altíssima definição e experiências sensoriais revelam cases reais, como a integração de agentes autônomos para personalizar jornadas de consumo ou otimizar cadeias logísticas, e os clientes têm acesso inédito às complexas arquiteturas por trás de cada solução apresentada. Cada detalhe foi pensado para provocar interação e cocriação.

O espaço se desdobra em áreas como a Arena, onde executivos participam ativamente da construção de soluções. É aqui que o conceito de Client Value Experience ganha vida. "Aqui desenvolvemos a arte de transformar relações com nossos clientes, evoluindo das interações transacionais para transformacionais, de real valor. Usamos tecnologia para criar relacionamentos profundamente humanos, personalizados, efetivos e memoráveis, que celebram a individualidade de cada cliente e constroem confiança, lealdade e impacto duradouro", explica Márcia Guerreiro, diretora de Client Value Experience para a América Latina.

> "Aqui desenvolvemos a arte de transformar relações com nossos clientes, evoluindo das interações transacionais para transformacionais, de real valor."
>
> **Márcia Guerreiro**
> diretora de Client Value Experience para a América Latina

As jornadas personalizadas permitem que os clientes "sintam" a tecnologia por meio de ideação potente, criatividade e soluções customizadas que surpreendem, inspiram e definem um novo padrão de parceria. "Não criamos um showroom, mas um centro de soluções em uso, desenhadas para trazer impacto humano, sustentável e duradouro", afirma Rodolfo Eschenbach, presidente da Accenture para Brasil e América Latina. "Inovação só faz sentido quando transforma vidas e negócios de verdade."

> "Não criamos um showroom, mas um centro de soluções em uso, desenhadas para trazer impacto humano, sustentável e duradouro."
>
> **Rodolfo Eschenbach**
> presidente da Accenture para Brasil e América Latina

Essa visão se conecta à força criativa da América Latina, onde diversidade cultural e resiliência se traduzem em soluções ousadas. Para Victor Lima, líder de Inovação da Accenture na região, o CIC São Paulo hoje é a materialização do conceito AIR — Artificial Intelligence Reinvention, que marca a terceira onda da inovação: "Vivemos uma era dos multiagentes, humanos e máquinas juntos", diz. "Essa combinação é o diferencial. Aqui, mostramos como reimaginar processos, remodelar a força de trabalho e redesenhar ferramentas para um futuro agêntico."

> "Vivemos uma era dos multiagentes, humanos e máquinas juntos."
>
> **Victor Lima**
> líder de Inovação da Accenture na América Latina

Estamos na terceira onda de evolução tecnológica

Primeira onda	Segunda onda	Terceira onda
Outsourcing	**Digital**	**IA**
2005 – 2015	2016 – 2022	2023 – 2030
Meio em disputa: **Físico**	Meio em disputa: **Nuvem**	Meio em disputa: **Multiagentes**
Diferencial: **Talento humano**	Diferencial: **Machine Intelligence**	Diferencial: **Humano + Máquina**

De Buenos Aires, Juan Pablo Chemes, líder de inovação da Accenture na Argentina, reforça a importância de um sistema disciplinado para transformar ideias em resultados: "Inovação não é um momento de inspiração, mas um processo rigoroso", afirma. "Experimentar rápido, medir impacto e escalar apenas o que prova valor é a nossa essência." Ele destaca que a inovação é impossível em isolamento, por isso a importância de se criar ecossistemas: "Conversar com equipes técnicas, criativas e de negócio é fundamental. Cada perspectiva traz algo único e isso é o que torna a América Latina um celeiro de criatividade aplicada."

> "Inovação não é um momento de inspiração, mas um processo rigoroso."
>
> **Juan Pablo Chemes**
> líder de inovação da Accenture na Argentina

Essa abordagem ecoa um princípio do estudo Five Traits of Tech-Driven CEOs, da Accenture: líderes que tratam tecnologia como motor de crescimento e apostam em velocidade e evidência constroem vantagem competitiva. O CIC segue essa lógica. Cada experiência é um convite para transformar ideias em impacto. Como resume Eco Moliterno, diretor criativo da Accenture Song na América Latina: "O céu mudou. Precisamos aprender a navegar novamente. E este é o lugar para começar essa jornada."

A IA libera o potencial humano

Trabalhadores se tornam estrategistas

Ênfase humana em visão, criatividade, soluções de problemas complexos

Superspeed (Supervelocidade)
A IA automatiza tarefas repetitivas, liberando um boost na produtividade humana.

Supermemory (Supermemória)
O humano aumentado por IA tem acesso instantâneo e orgânico a bases de dados gigantescas.

Superanalysis (Superanálise)
A IA identifica padrões, anomalias e correlações invisíveis ao olhar humano, emprestando capacidades inéditas de previsão e precisão.

> "O céu mudou. Precisamos aprender a navegar novamente. E este é o lugar para começar essa jornada."
>
> **Eco Moliterno**
> diretor criativo da Accenture Song na América Latina

Copyright © 2026 Accenture. Todos os direitos reservados.