



AMPLIFY YOU

RESUMEN EJECUTIVO

TECNOLOGÍA PARA LAS PERSONAS

La era de la empresa inteligente

En los últimos treinta años, desde que surgió Internet hasta la aparición de los teléfonos inteligentes, hemos ido modificando nuestro trabajo y nuestra vida para adaptarnos a cada nueva tecnología que salía al mercado.

AMPLI

Hoy los cambios siguen rodeándonos y son más rápidos que nunca. Sin embargo, ahora la clave es que tenemos el control. Cada vez más, ya no somos las personas las que nos adaptamos a la tecnología, sino que ahora es la tecnología la que se está adaptando a nosotros. De hecho, cada vez que se personaliza una experiencia o que una tecnología anticipa nuestras necesidades, nos instalamos en el asiento del conductor para hacer realidad nuestros deseos. A medida que la tecnología se hace más sofisticada, ya no es en sí misma la que impulsa el cambio: somos nosotros. Utilizamos la tecnología para modificarnos a nosotros mismos.

La revolución digital de la que formamos parte en estos momentos no es un futuro frío y distópico poblado de robots que controlan al mundo. Es, más bien, una era de empoderamiento del ser humano. Se trata de que diseñemos tecnologías que se adapten a las personas, que nos permitan controlar firmemente nuestro propio destino.

Hemos dejado de esperar y preguntarnos qué cambios traerán los últimos avances; estamos configurando el mundo para que se ajuste a nuestras necesidades, tanto grandes como pequeñas.

En el trabajo, colaboramos con inteligencia artificial (IA) y máquinas para realizar mejor nuestras tareas. Por ejemplo, Rhizabot simplifica el análisis económico escuchando una pregunta en lenguaje natural y después traduciéndola en consultas que pueden ejecutarse en múltiples bases de datos¹. Utilizamos sofisticadas tecnologías de comunicación y colaboración para trabajar con compañeros, sean humanos o no, que están en otros puntos del planeta, a muchos de los cuales nunca conoceremos. Vemos que algunas organizaciones colaboran con competidores para crear empresas totalmente nuevas utilizando plataformas tecnológicas, como Philips y Qualcomm Life, que trabajan juntas para ofrecer una oferta conjunta ampliada de teleasistencia *online*.



Los humanos controlamos más que nunca nuestro propio destino, pero quizá te sorprenda por qué.

BYOU

Áreas de especialización que en el pasado parecía imposible que pudieran entrar en el ámbito digital están cambiando profundamente debido al impacto de la IA, de las capacidades del Internet de las cosas y del análisis de ingentes cantidades de datos, lo cual tiene muchas implicaciones potencialmente positivas para la sociedad. La empresa iRobot, conocida por la creación de Roomba, está trabajando actualmente con ecologistas centrados en la conservación de los fondos marinos con el fin de fabricar un robot inteligente que patrulle los océanos para cazar y gestionar especies invasivas y proteger las poblaciones de peces nativos. Otros sectores desarrollados, como la agricultura de precisión, están redoblando sus esfuerzos para satisfacer la demanda de alimentos de nuestra creciente población².

No se trata solo de que las empresas se encuentran en un proceso de transformación: la tecnología está empoderando a las personas. Observemos la manera en la que la evolución del vídeo ha cambiado a la vez nuestra visión del mundo y la forma en la que interactuamos con él. Las primeras emisiones por televisión seguían guiones muy precisos

para presentar una imagen muy depurada, obligándonos no solo a compartir una visión común del mundo, sino también a ver la televisión de acuerdo con las condiciones de sus creadores. En menos de un siglo hemos pasado a un mundo *online* con miles de millones de puntos de vista que provienen de los gobiernos, las empresas y, más importante aún, las personas. Ahora tenemos una cultura verdaderamente viva en la que tecnologías como Periscope y Facebook Live implican que cualquiera puede difundir lo que quiera y conectarse cuando quiera –de acuerdo con sus condiciones–³.

La era digital no solo nos está proporcionando nuevas herramientas. Al mirar hacia un futuro en el que la casi ilimitada potencia algorítmica y de procesamiento de la computación cuántica resolverá problemas difíciles de maneras totalmente nuevas en diversos sectores, hasta robots e IA que trabajarán junto con personas en cada disciplina, estamos reconfigurando todo nuestro mundo y a nosotros mismos dentro de él. Y, con este tremendo y continuo cambio, las empresas tienen la oportunidad de establecer su lugar en la siguiente evolución de la sociedad.

LA TECNOLOGÍA SIGUE SIENDO LA RESPUESTA, PERO A UNA NUEVA PREGUNTA

La tecnología es la clave para configurar el mundo que nos rodea. Además, ofrece la oportunidad de integrarse en la nueva sociedad digital a las empresas que lo hacen bien. ¿Cuál es el siguiente paso? Utilizar la tecnología para mejorar nuestro mundo.

Una de las empresas que lo ejemplifican es CVS Health. Esta empresa de atención sanitaria ha dejado de ser un pequeño establecimiento que dispensaba recetas para convertirse en un proveedor de servicios básicos de salud asequibles, profundamente integrado en las vidas de sus clientes. Para facilitar este cambio, CVS Health adopta un enfoque integral de atención sanitaria y despliega tecnologías para situar la salud de las personas en el centro de su visión. Con su app para móviles, compatible con *smartwatches*, los clientes pueden configurar recordatorios personalizados para tomar su medicación, sacar fotos de sus recetas para agilizar las reposiciones y escanear su tarjeta del seguro para que los dependientes dispongan de información actualizada⁴.

En las Minute Clinics, gestionadas por CVS, Health los clientes pueden recibir tratamiento contra enfermedades leves, vacunarse contra la gripe, hacerse el test del colesterol y acceder a más de otra decena de servicios médicos –todo lo cual puede ser reservado y pagado *online*–. Para las personas que no pueden desplazarse a las dependencias físicas, CVS Health colabora también con varios servicios de teleasistencia, como Teladoc, de manera que los pacientes pueden recibir asistencia

por teléfono o videoconferencia. CVS Health está avanzando, incluso, hacia la atención preventiva: la empresa colabora con Watson de IBM en el análisis de datos para predecir cuándo un paciente va a necesitar asistencia urgente⁵.

La tecnología ha empoderado a las personas a lo largo de la historia, desde la imprenta hasta los teléfonos inteligentes. Sin embargo, esta vez la estamos utilizando de una manera diferente. No solo estamos incorporando la tecnología a nuestras vidas; a medida que esta se hace exponencialmente más sofisticada, estamos infundiendo humanidad a la tecnología.

Pensemos en la tecnología que utilizamos hoy en comparación con la de hace solo unos pocos años: es cada vez más interactiva, ya que las pantallas táctiles, la realidad mixta y el procesamiento del lenguaje natural hacen que se parezca más a nosotros. Ahora, la tecnología avanzada es capaz de aprender, con análisis contextuales, reconocimiento de imágenes y algoritmos de aprendizaje profundo que hacen que parezca que piensa más como nosotros. Y, quizá lo mejor de todo, ahora la tecnología puede adaptarse –alineándose constantemente con nuestros deseos y necesidades–.

Esta humanización de la tecnología está dando buenos resultados en las empresas, especialmente en las relaciones tanto con los trabajadores como con los clientes.

La empresa londinense IntelligentX Brewing Company ha desarrollado un sistema de IA para recopilar e incorporar continuamente el *feedback* de los clientes, que el propio sistema utiliza para elaborar nuevas versiones de las cervezas de la empresa⁶. «Nuestra IA puede mantener una conversación con todos nuestros clientes, lo cual nos da el *feedback* necesario para que nuestra cerveza evolucione –afirma Rob McNerney, cofundador de IntelligentX–. Puedes hablar con el algoritmo allí donde te estés tomando la cerveza».

«Los gustos de las personas cambian con más rapidez que nunca... y la IA es la manera perfecta de responder», indica el cofundador de la fábrica de cerveza, Hew Leith. Esta es la manera en la que las empresas desempeñarán un papel en las vidas de las personas y se harán un hueco en el futuro de la sociedad: siendo algo más que simples proveedores de productos y servicios. Con una tecnología que verdaderamente responda a las personas,

Esta humanización de la tecnología está dando buenos resultados en las empresas, especialmente en las relaciones tanto con los trabajadores como con los clientes.

basada en sus deseos y necesidades, las empresas pueden convertirse en sus colaboradores.

A medida que la tecnología se alinea con lo que queremos e incluso interactúa con nosotros de maneras que son naturalmente humanas, está haciendo que el mundo sea un lugar más humano. En lugar de ser las máquinas las que definan nuestro mundo, estas nos están dando el control. Eso está liberando un potencial sin precedentes que nos permite configurar nuestras vidas, nuestras industrias y nuestra sociedad para que se adapten a nuestras necesidades. ¿Qué podría ser más humano que esto?



EL CAMINO HACIA LA COLABORACIÓN

Grande y pequeño

A través de la tecnología, las empresas están permitiendo cada vez más que las personas aprovechen oportunidades que son tanto grandes como minúsculas. El poder de la hiperpersonalización que la tecnología ahora hace posible impulsa objetivos tanto en el ámbito de sectores enteros como en el de las personas individuales. Los líderes digitales del mundo ya han empezado a hacer grandes apuestas. Philips está intentando transformar la atención sanitaria en una experiencia *online*, integral, incorporada a la vida de las personas y accesible. Orientar la tecnología a las personas y sus necesidades específicas, respondiendo en un plano humano y ayudándolas a guiarse hacia sus objetivos personales, será la base de su éxito.

Desde el punto de vista de los pacientes, la atención sanitaria *online* no es una mejora por la tecnología en sí misma. Su atractivo radica en el poder que da a las personas en lo que respecta a su propia salud, en un sector tradicionalmente asociado a las interacciones impersonales y a los tiempos de espera insostenibles. Empresas como Philips y CVS están teniendo éxito porque su estrategia tecnológica se orienta a las necesidades del paciente como individuo, de acuerdo con sus condiciones. A través de *apps* y dispositivos conectados que se integran en las vidas de las personas, estas empresas permiten que los doctores y las enfermeras vivan junto a cada paciente, entablen una relación más estrecha y personal y proporcionen una atención integral –no meramente reactiva–.

El camino hacia el liderazgo está en la **amplificación de las personas, en una escala global e individual.**



Al empoderar a las personas con una tecnología más humana, las empresas dejarán de relacionarse con ellas como proveedores para pasar a ser colaboradores. Con este proceso, experimentarán también una transformación interna. Al ayudar a las personas a alcanzar sus objetivos, estas nuevas colaboraciones contribuirán a que las empresas se aseguren un espacio en la siguiente evolución de la sociedad. El camino hacia el liderazgo está en la amplificación de las personas, en una escala global e individual.

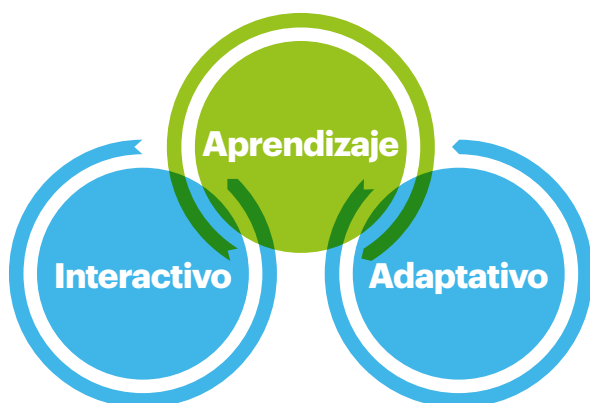
Para una empresa, convertirse en un verdadero colaborador para las personas – tanto clientes como empleados– comienza con la tecnología. No obstante, es un camino con grandes desafíos, empezando con la confianza: apenas la mitad de las personas afirman que confían en que las empresas hacen lo que es correcto e incluso menos consideran a los líderes empresariales fuentes de información creíbles⁷. Para que las personas valoren estas nuevas colaboraciones, las empresas deben trabajar para ganarse y mantener la confianza en cada interacción –y la mejor manera de

hacerlo es colocar el poder en manos de los clientes y los empleados–.

Cambiar la relación con las personas en una era digital implica cambiar la relación que tienen con la tecnología. Si las empresas quieren colaborar y quieren empoderar a las personas, entonces el objetivo es diseñar tecnologías que estén de parte de las personas. No obstante, hacer que esto ocurra implica cambiar también la manera en la que las empresas entienden sus modelos de negocio y su relación tanto con los clientes como con los empleados.

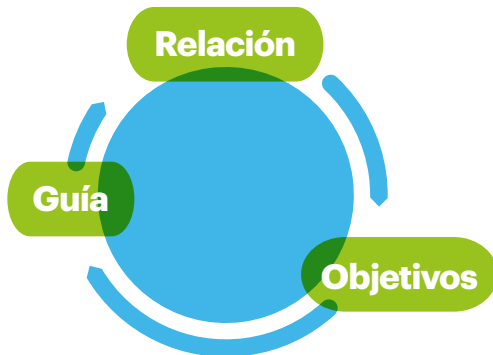
Las empresas deben ganarse y mantener la confianza, y la mejor manera de hacerlo es colocar el poder en manos de los clientes y los empleados

EL PRIMER PASO PARA EMPODERAR A LAS PERSONAS **PROPORCIONARLES TECNOLOGÍAS QUE LES FUNCIONEN**



Adaptar la tecnología a las personas

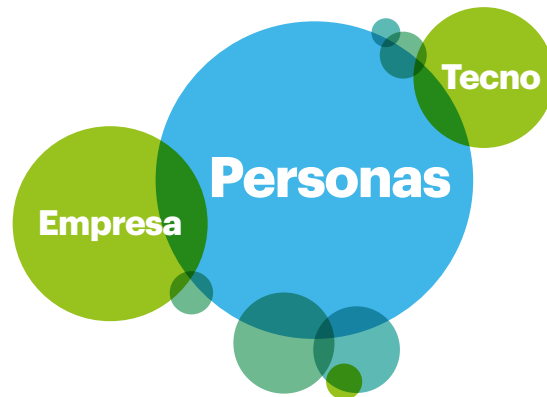
El primer pilar de la colaboración es diseñar tecnologías que funcionen para las personas, no a causa de ellas. Esto implica acabar con herramientas tecnológicas que obligan a los clientes y a los empleados a aprender y adaptarse a ellas. Eso es historia: el gran punto fuerte de la tecnología está en su creciente humanidad. Las herramientas que interactúan con las personas, que aprenden de esos intercambios y que se adaptan a futuras interacciones hacen que la experiencia de utilizarlas sea más humana. Ese es el primer paso para empoderar a las personas –proporcionarles tecnologías que les funcionen–.



Alinear los objetivos con los objetivos de las personas

Para implementar estas nuevas tecnologías adaptativas, las empresas deben asumir los objetivos de las personas como propios. Eso supone un cambio abismal para empresas que durante mucho tiempo han buscado maximizar cada oportunidad para obtener beneficio: desde la perspectiva de la empresa analógica, la relación ideal es aquella en la que cada interacción con un cliente da como resultado una venta inmediata. Sin embargo, estas relaciones son solo tan fuertes como la necesidad del cliente de productos y servicios.

Una colaboración, en cambio, es mucho más potente –y duradera–. Para convertirse en verdaderos colaboradores, las empresas tendrán que cambiar su forma de pensar y reemplazar los objetivos de venta inmediata del pasado por los objetivos que los clientes y los empleados tienen para sí mismos. Hacer esto cambiará las reglas: cuantos más objetivos ayude una empresa a conseguir a las personas, más seguras se sentirán estas en la colaboración, y esta relación se hará más fuerte con cada interacción. Cuando quede claro que la empresa verdaderamente quiere ayudar a las personas a alcanzar sus objetivos, estas acudirán a ella en primer lugar para todos los objetivos que deban abordar. Y, cuando las personas tienen éxito, también lo tiene la empresa.



El enfoque «Las personas, primero» en la tecnología y el negocio

Para que todo esto funcione es necesario adoptar el enfoque «Las personas, primero». Ya sean clientes o empleados, sus objetivos y necesidades deben ser lo prioritario. Las empresas cubrirán esta demanda con su tecnología, que, a medida que se humaniza, se orienta más profundamente a ayudar a las personas. Más que nunca, la tecnología es un agente del cambio –y ahora puede empoderar a las personas de una manera interactiva y colaborativa, de acuerdo con sus condiciones individuales–.

Cuando las empresas empoderan verdaderamente a las personas, contribuyen al crecimiento individual y social. Los líderes siempre han procurado resolver grandes problemas. Sin embargo, al combinar la fuerza de la empresa con la pasión y el poder de las personas, la era digital presenta oportunidades para abordar desafíos más grandes que nunca. La tecnología que trabaja para y con las personas implica que es posible esta bidireccionalidad: las empresas pueden empoderar a la persona y al grupo al mismo tiempo.



**CAMBIAR
OBJETIVOS**

IMPLICA

**CAMBIAR
ROLES**

A medida que la tecnología se convierte en un compañero de confianza, la línea entre las actividades empresariales y las personales se desvanece. Las empresas colaborarán con los clientes, con los empleados y con los crecientes ecosistemas de empresas más allá de sus propios muros.

Con estas relaciones reinventadas, el éxito está vinculado no solo al de los productos y servicios, sino también al de los colaboradores. Las relaciones han dejado de consistir en mantener satisfechos a los clientes o a los empleados mientras la empresa los dirige hacia un objetivo; de ahora en adelante, consistirán en caminar con las personas por la senda que ellas mismas definan y en diseñar tecnologías para ayudarlas a recorrerla como elijan. Los líderes empoderarán a las personas –clientes y empleados– y la tecnología dejará de limitarse a unas herramientas que las personas tienen que aprender a utilizar para convertirse en un colaborador potente que trabajará con ellas y no para ellas. Cuando las personas alcanzan sus objetivos, también lo hace la empresa –porque ahora son lo mismo–. La relación reinventada no es una relación de negocios; es personal.



2017 TENDENCIAS:

HACERSE UN HUECO EN EL MUNDO REINVENTADO

En la actualidad, todas las empresas están entrando en el ámbito digital. Sin embargo, ahora, nuestras mayores innovaciones tecnológicas no están en las herramientas en sí mismas, sino en diseñarlas teniendo a las personas en mente.

El informe *Accenture Technology Vision* de este año destaca cinco tendencias tecnológicas emergentes que configuran este nuevo panorama. Aunque cada una de ellas empieza con tecnología, a medida que vayas leyendo con más detalle, verás que nuestra idea central, «Tecnología para las personas», se encuentra detrás de todas ellas. Los líderes del mañana tienen en cuenta estas tendencias e implementan estrategias para garantizar su clara ventaja digital:

TENDENCIA 1

**INTELIGENCIA
ARTIFICIAL EL
NUEVO
INTERLOCUTOR****Experiencia por encima
de todo**

La inteligencia artificial (IA) está a punto de convertirse en el portavoz digital de la empresa. Más allá de ser una herramienta interna para la empresa, la IA está adoptando ahora roles más sofisticados en el campo de las interacciones tecnológicas. Desde vehículos autónomos que utilizan visión computarizada hasta traducciones simultáneas que son posibles gracias al aprendizaje automático, la IA hace que cada interacción sea a la vez simple e inteligente –y pone el listón muy alto respecto a cómo serán las interacciones en el futuro–. Actuará como el rostro de la marca digital de la empresa y como diferenciador clave –y pasará a ser una competencia clave que requerirá inversión y un enfoque estratégico por parte de la alta dirección.

TENDENCIA 2

**ECOSISTEMAS
COMO
MACROCOSMOS****libera el poder del nosotros**

Cada vez más, las empresas integran sus funcionalidades básicas de negocio con plataformas de terceros. Sin embargo, en lugar de tratarlos como a los colaboradores tradicionales, los líderes con más visión aprovechan estas relaciones para configurar su rol en los nuevos ecosistemas digitales –muy importantes para hacer posible su crecimiento estratégico–. Al hacer esto, están diseñando futuras cadenas de valor que transformarán sus negocios, sus productos e, incluso, el propio mercado.

TENDENCIA 3

**MERCADOS
DE TALENTO****Inventa tu futuro**

El futuro del trabajo ya ha llegado y los líderes digitales están reinventando sus plantillas. Llevados por la explosión de plataformas de mano de obra a la carta y de soluciones *online* para la gestión de la fuerza de trabajo, los modelos y jerarquías heredados están desapareciendo y reemplazándose por mercados abiertos de talento. La empresa a la carta resultante será la clave para la rápida innovación y los cambios organizativos que las compañías necesitan para transformarse en verdaderas empresas digitales.

TENDENCIA 4

**DISEÑO MÁS
HUMANO****Inspira nuevas conductas**

¿Y si la tecnología se adaptara a las personas? La nueva frontera de las experiencias digitales es la tecnología diseñada específicamente para la conducta humana. Los líderes digitales reconocen que, a medida que la tecnología reduce la distancia entre la cooperación efectiva entre humanos y máquinas, tener en cuenta la singular conducta humana incrementa no solo la calidad de la experiencia, sino también la efectividad de las soluciones tecnológicas. Este cambio está transformando las relaciones personalizadas tradicionales en algo mucho más valioso: colaboraciones.

TENDENCIA 5

**LO
INEXPLORADO****Inventa nuevos sectores,
fija nuevos estándares**

Las empresas actuales no solo están creando nuevos productos y servicios; están configurando nuevos sectores digitales. Desde los estándares tecnológicos, pasando por las normas éticas, hasta los mandatos gubernamentales, en una economía digital orientada a los ecosistemas una cosa está clara: todavía queda por definir una amplia gama de reglas. Para cumplir sus ambiciones digitales, las empresas deben desempeñar un papel de liderazgo que ayude a configurar las nuevas reglas del juego digital. Las que tomen la iniciativa encontrarán un lugar en el centro de su nuevo ecosistema, o cerca de él, mientras que las que no lo hagan se arriesgarán a quedar rezagadas.

Estos temas representan la más reciente expresión de la visión «Las personas, primero» de Accenture sobre el cambiante panorama digital.

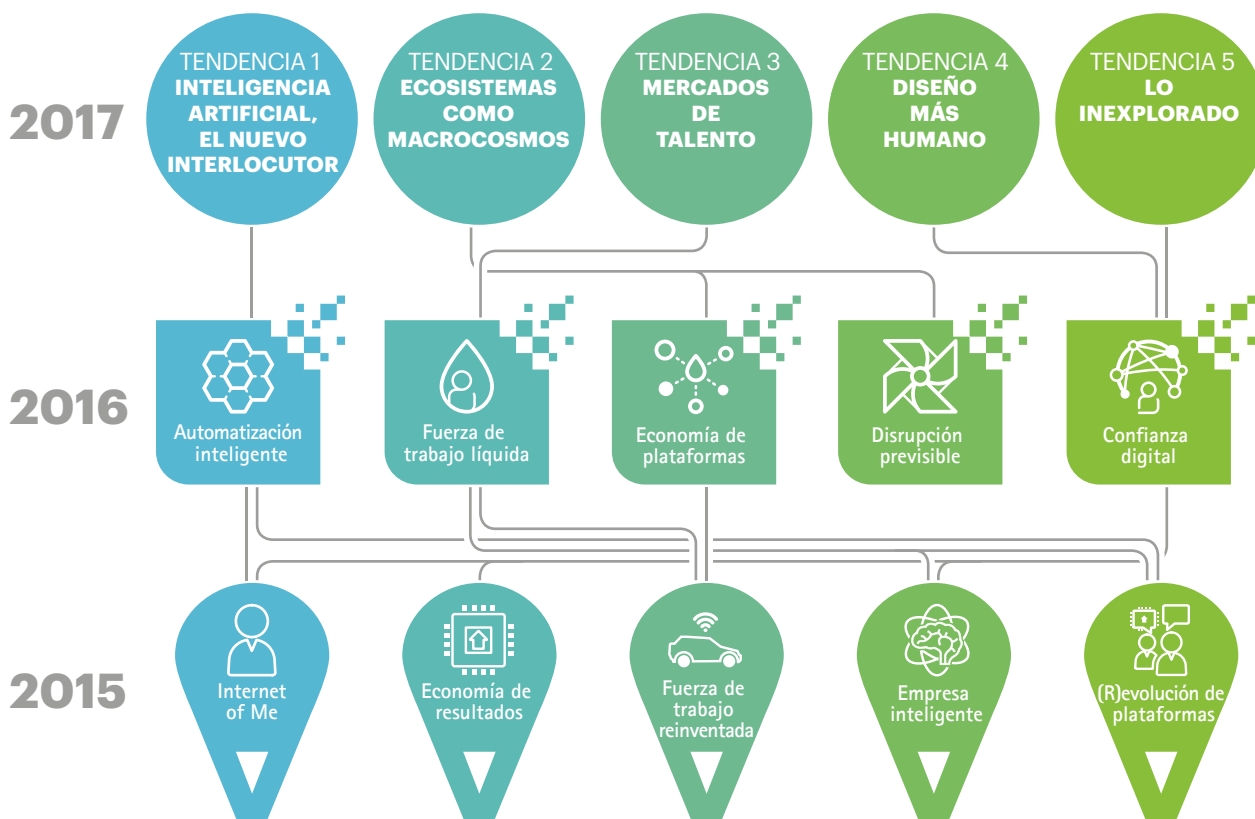
Como parte de la perspectiva plurianual de Accenture sobre el impacto de la tecnología en la empresa, reflejan la continua evolución de la cultura digital que crea desafíos y oportunidades para las organizaciones por todo el mundo.

Cada uno de los temas de cada año destaca la evolución de una tecnología clave. Algunos de ellos ya desempeñan un importante papel en las estrategias de las principales empresas, mientras que otros están empezando a tener un cierto impacto o están influyendo en las organizaciones de maneras inesperadas. En conjunto, los temas de Technology Vision proporcionan un punto de referencia para que las empresas consideren sus recursos, responsabilidades y oportunidades de éxito en los próximos años.

En un mundo en estado de cambio a todos los niveles, ser líder no se limita a incorporar nuevas tecnologías. Se trata de encontrar un espacio en la siguiente evolución de la sociedad, empoderando a las personas –a tus personas, ya sean clientes o empleados– y pasando a ser un colaborador integrado en todos los aspectos de la vida cotidiana.

El mundo seguirá evolucionando, pero los líderes digitales que profundicen más en la mentalidad «Las personas, primero» encontrarán beneficios en todos los ámbitos. En todos los sectores, en cualquier nivel de negocio, lo único que todas las empresas tienen en común son sus personas.

Evolución de las tendencias de 'Technology Vision'



COMPLETANDO EL PANORAMA

El conjunto de tendencias de estos tres años que recoge el Accenture Technology Vision incluye estos informes de 2015 y 2016:

2016



AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE

el nuevo compañero de trabajo esencial para la era digital.

Los líderes adoptarán la automatización no solo para aprovechar el vertiginoso ritmo del cambio digital, sino también para crear un nuevo mundo digital en el que tengan ventaja competitiva. Las máquinas y la inteligencia artificial serán las nuevas incorporaciones a la plantilla, aportando nuevas habilidades para ayudar a las personas a hacer nuevos trabajos y a reinventar lo que sea posible.



FUERZA DE TRABAJO LÍQUIDA

Configurar la plantilla para las demandas digitales de hoy.

Las empresas están invirtiendo en las herramientas y tecnologías que necesitan para mantener el ritmo de cambio constante en la era digital. Sin embargo, para alcanzar sus ambiciosos objetivos, los líderes se están reorientando hacia un factor a menudo ignorado: la plantilla. Estos líderes digitales consideran la tecnología no solo como una disrupción, sino también como un habilitador para transformar su plantilla, sus proyectos y sus organizaciones enteras en empresas muy adaptables y preparadas para el cambio.



ECONOMÍA DE PLATAFORMAS

Innovación del modelo de negocio orientada a la tecnología desde fuera hacia dentro.

Los líderes del sector están liberando el poder de la tecnología desarrollando no solo nuevas plataformas tecnológicas, sino también los modelos de negocio y estrategias basados en plataformas que habilitan. No obstante, los cambios tecnológicos son solo el principio.



DISRUPCIÓN PREVISIBLE

Observar los ecosistemas digitales para anticipar las nuevas oleadas de cambio.

Los ecosistemas digitales que están emergiendo rápidamente –la agricultura de precisión, el Internet industrial o las ciudades inteligentes– crean las bases para la siguiente gran oleada de disrupción empresarial. Estos ecosistemas digitales, así como las empresas que los impulsan, ya están traspasando los mercados y difuminando las fronteras sectoriales.



CONFIANZA DIGITAL

Reforzar las relaciones con los clientes a través de la ética y la seguridad.

Para conseguir confianza en la economía digital, las empresas deben poseer una seguridad y una ética sólidas en cada etapa del camino con el cliente. Y los nuevos productos y servicios deben ser éticos y seguros por diseño. Las empresas que lo hagan bien disfrutarán de unos niveles de confianza tan elevados que sus clientes las considerarán como guías para el futuro digital.

El informe *Accenture Technology Vision* recoge un conjunto de tendencias tecnológicas que abarca tres años. Mientras que cada año destacamos las últimas tendencias, es importante reconocer que cada tendencia representa solo una parte del panorama. A medida que las empresas sigan su camino para convertirse en negocios digitales, necesitarán mantenerse al día de las últimas evoluciones en lo que respecta a las tecnologías y avanzar para dominar

las que han madurado. Estas tecnologías se están convirtiendo rápidamente en la base de la siguiente generación de negocios de las empresas, así como en catalizadores de muchas de las tendencias que presentamos este año. Para consultar los artículos en los que se basa el conjunto completo de tendencias que se detalla más abajo, visita www.accenture.com/TechnologyVision.

2015



INTERNET OF ME

Nuestro mundo, personalizado.

Las empresas con visión de futuro están creando experiencias muy personalizadas que llaman a participar y emocionan a los consumidores sin romper su confianza. Las empresas que tengan éxito en esta nueva «Internet of Me» se convertirán en la siguiente generación de nombres de cabecera.



ECONOMÍA DE RESULTADOS

El *hardware* que produce importantes resultados.

El *hardware* inteligente está reduciendo la distancia existente entre la empresa digital y el mundo físico. A medida que las empresas líderes dominan el Internet de las cosas, están descubriendo oportunidades para incorporar *hardware* y sensores en sus cajas de herramientas digitales. Estos «disruptores digitales» saben que ponerse en cabeza ya no consiste en vender cosas; consiste en vender resultados.



(R)EVOLUCIÓN DE PLATAFORMAS

Definir ecosistemas, redefinir sectores.

Las plataformas y los ecosistemas del sector digital están impulsando la siguiente oleada de innovación de vanguardia y crecimiento disruptivo. Los rápidos avances en servicios en la nube y movilidad no solo están eliminando las barreras tecnológicas y de costes asociadas a estas plataformas, sino que también están abriendo este nuevo terreno de juego a empresas de todos los sectores y zonas geográficas.



EMPRESA INTELIGENTE

Enorme cantidad de datos, sistemas más inteligentes, mejor negocio.

El siguiente nivel de excelencia operativa emergerá de los más recientes avances en inteligencia de *software*. Ahora, los líderes de negocio y los de tecnología deben considerar la inteligencia de *software* no como una prueba piloto o un proyecto aislado, sino como una funcionalidad transversal, que impulsará nuevos niveles de evolución y descubrimiento, llevando la innovación a toda la empresa.



FUERZA DE TRABAJO REINVENTADA

Colaboración entre seres humanos y máquinas.

La presión para pasar al ámbito digital está incrementando la necesidad de que los seres humanos y las máquinas hagan más cosas juntos. Los avances en interfaces naturales, dispositivos que se pueden llevar puestos y máquinas inteligentes ofrecerán a las empresas nuevas oportunidades de empoderar a sus trabajadores a través de la tecnología.

ACERCA DE **TECHNOLOGY VISION**

Cada año, el equipo de Technology Vision colabora con Accenture Research para identificar los desarrollos tecnológicos emergentes que tendrán un mayor impacto en las empresas, Administraciones Públicas y otro tipo de organizaciones en un plazo de entre tres y cinco años.

Cada año, el equipo de Technology Vision colabora con Accenture Research para identificar los desarrollos tecnológicos emergentes que tendrán un mayor impacto en las empresas, Administraciones Públicas y otro tipo de organizaciones en un plazo de entre tres y cinco años.

El proceso de investigación comienza con la recopilación de datos del Technology Vision External Advisory Board, un grupo compuesto por más de dos docenas de personas experimentadas procedentes de los sectores público y privado, de instituciones académicas, de empresas de capital riesgo y de compañías emprendedoras. Además, el equipo de Technology Vision lleva a cabo entrevistas a destacadas personalidades del ámbito de la tecnología y a expertos del sector, así como a cerca de cien líderes de negocio de Accenture procedentes de toda la organización.

El equipo también recurre al enorme fondo de conocimiento e ideas innovadoras de los profesionales de la compañía, utilizando las tecnologías de colaboración de Accenture y un enfoque de *crowdsourcing* para descubrir los temas tecnológicos emergentes más interesantes. La campaña *Trend Spotting* («Identificación de tendencias») fomenta la participación global de personas en todos los niveles y de todos los segmentos de Accenture. Cerca de tres mil participantes se han implicado activamente en la campaña, aportando valiosas ideas y evaluando las propuestas de los demás, y el número de personas que han presentado ideas en esta la iniciativa ha experimentado un aumento del 19% respecto al año anterior.

Cuando, fruto del proceso de investigación, surge una lista de temas, el equipo de Technology Vision reúne a su consejo asesor. La reunión del consejo, que implica una serie de sesiones «en profundidad» con líderes de Accenture y expertos externos en la materia, valida y concreta aún más los temas.

Estos procesos valoran los temas según su relevancia para los retos de negocio del mundo real. Concretamente, el equipo de Technology Vision busca ideas que trasciendan los ampliamente conocidos impulsores del cambio tecnológico y se centra en los temas que pronto empezarán a aparecer en las agendas de la alta dirección de la mayoría de las empresas.

Los temas se priorizan utilizando los siguientes criterios:

- Factible hoy.
- Muy relevante para la transformación de la organización en un plazo de tres años.
- Con un impacto significativo más allá de cualquier «silo» sectorial.
- Disruptivo más allá de una simple sustitución de una solución existente por otra.
- Transciende a cualquier proveedor o tecnología de producto específica.

Estas pruebas generan una serie de hipótesis sólidas que se sintetizan en las cinco tendencias principales que se presentan en el informe final.

TECHNOLOGY VISION 2017

DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA ENCUESTA

Por tercer año, hemos llevado a cabo una encuesta global a más de 5.200 directivos de TI y de negocio de 30 países para conocer sus puntos de vista sobre el impacto de la tecnología en sus organizaciones e identificar sus inversiones tecnológicas prioritarias en los próximos años. La encuesta se ha realizado desde noviembre de 2016 hasta enero de 2017.

31
PAÍSES
ESTUDIADOS

ARGENTINA
AUSTRALIA
AUSTRIA
BRASIL
CHILE
CHINA
DINAMARCA

FINLANDIA
FRANCIA
ALEMANIA
INDIA
INDONESIA
IRLANDA
ITALIA

JAPÓN
MALASIA
MORUEGA
PORTUGAL
QATAR
RUSIA
ARABIA SAUDÍ

SINGAPUR
SUDÁFRICA
ESPAÑA
SUECIA
SUIZA
THAILANDIA
TURQUIA

EMIRATOS
ÁRABES UNIDOS
REINO UNIDO
ESTADOS UNIDOS



ACERCA DE ACCENTURE

Accenture es una 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 conocimientos especializados 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 objetivo de ayudar a sus clientes a mejorar su rendimiento y crear un valor sostenible para sus accionistas. Con aproximadamente 394.000 profesionales que prestan servicio a clientes en más de 120 países, Accenture impulsa la innovación para mejorar la forma en la que el mundo vive y trabaja. Para saber más, visítanos en www.accenture.com/es-es.

ACERCA DE ACCENTURE LABS

Accenture Labs inventa el futuro para Accenture, nuestros clientes y el mercado. Con un enfoque orientado a resolver problemas críticos con tecnología avanzada, Accenture Labs aporta nuevas ideas e innovaciones a nuestros clientes, ayudándoles a sacar partido de los drásticos cambios producidos en la tecnología, la empresa y la sociedad. Nuestro equipo dedicado de tecnólogos e investigadores trabaja con líderes de toda nuestra organización para invertir, incubar y ofrecer ideas y soluciones innovadoras que ayuden a nuestros clientes a crear nuevas fuentes de ventaja empresarial. Accenture Labs dispone de siete centros clave de investigación en todo el mundo: Silicon Valley (California), Sophia Antipolis (Francia), Arlington (Virginia), Pekín (China), Bangalore (India), Herzilya (Israel) y Dublín (Irlanda). Accenture Labs colabora intensamente con la red de Accenture de casi 400 centros de innovación, estudios y centros de excelencia, situados en 92 ciudades y 35 países de todo el mundo para ofrecer investigación, ideas y soluciones de vanguardia a sus clientes.

ACERCA DE ACCENTURE RESEARCH

Accenture Research es un equipo global de analistas sectoriales y digitales que crean contenidos originales basados en datos, con el fin de identificar iniciativas novedosas, tendencias, oportunidades y posibles riesgos para Accenture y sus clientes. Mediante el uso de técnicas innovadoras de investigación, como creación de modelos económicos, análisis de datos masivos, *crowdsourcing*, redes de expertos, encuestas, visualización de datos y colaboración con instituciones académicas y empresariales, generan numerosos informes cualitativos que son publicados por Accenture cada año.

REFERENCIAS

- 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 07:03 a. m. (n. d.), Deep-Diving Robots Zap, Kill Invasive Lionfish. <http://www.livescience.com/56251-lionfish-killing-robot-roomba-makers.html>.
- 3 KPCB (n. d.) www.kpcb.com. 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 "Robot Technology Is Making Beer Brewing Better Now," Time, July 8, 2016. <http://time.com/4399118/robot-beer-brewing>
- 7 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
Todos los derechos reservados.

Accenture, su logo, y
Alto Rendimiento Hecho
Realidad son marcas de
Accenture.

Este documento hace referencia descriptiva a marcas registradas propiedad de terceros. El uso de tales marcas registradas no afirma la titularidad de dichas marcas por parte de Accenture ni implica, la existencia de una asociación entre Accenture y los propietarios legítimos de dichas marcas. La información relativa a productos, servicios y organizaciones de terceros ha sido obtenida de fuentes accesibles al público, y Accenture no puede confirmar la exactitud o fiabilidad de las mismas. Su inclusión no implica el respaldo de ningún tercero.

Los puntos de vista y opiniones expresadas en este documento no deben ser vistas como un asesoramiento profesional personalizado