

Technology Vision 2021

Procuram-se líderes

Masters da mudança em momento da verdade
Sumário executivo



O mundo está ávido por um novo modelo de liderança. Entre os desafios de 2020, duas verdades tornaram-se evidentes. Mais companhias adotaram o axioma que toda empresa é uma empresa de tecnologia, e elas iniciaram uma nova era de transformação exponencial à medida que a tecnologia redesenha continuamente os setores econômicos e a experiência humana. Agora, ao começarmos a moldar nossa realidade pós-pandemia, as empresas precisam aprender a **dominar a mudança**.

Por anos, as empresas foram otimistas em suas próprias avaliações, pensando estar mais adiantadas em suas transformações digitais do que efetivamente estavam.

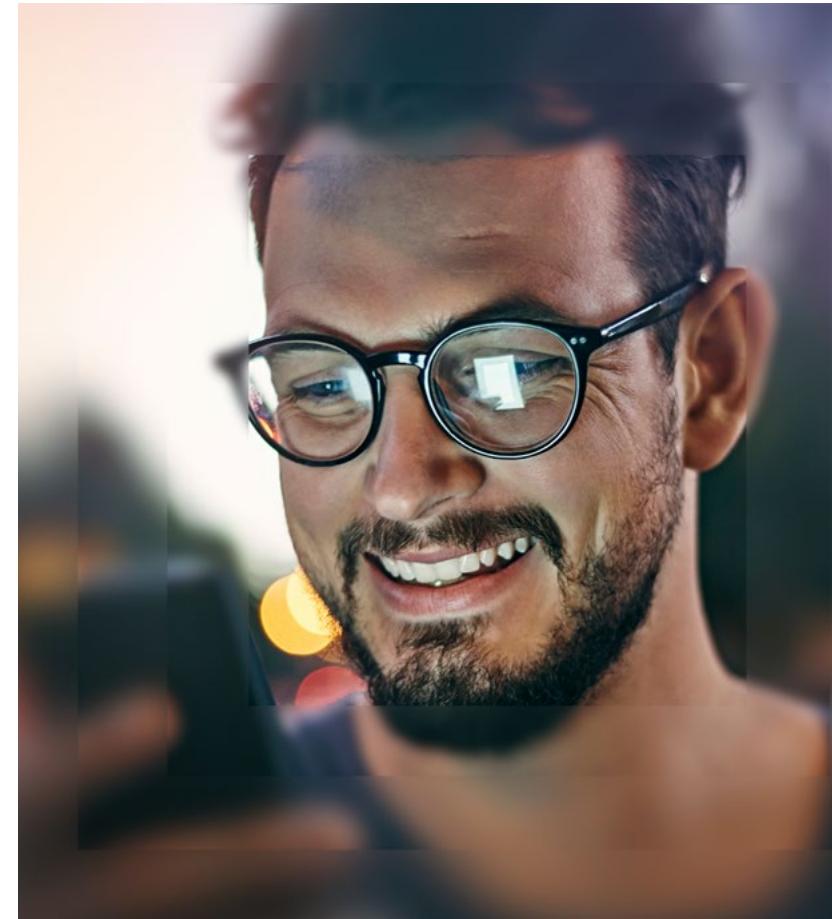
Adaptabilidade, inovação, conectividade – escolha uma métrica e as empresas afirmavam que eram líderes no pedaço, prontas para qualquer coisa. Mas 2020 e a crise econômica e sanitária da COVID-19 limparam as lentes cor de rosa de seus óculos, trazendo uma nova realidade para o centro do palco: accordos de trabalho e operações inflexíveis. Cadeias de suprimento frágeis. Informação inconfiável. Novas necessidades dos clientes. A pandemia e as disruptões decorrentes expuseram as limitações de antigas normas de como as companhias operam e como as pessoas vivem.

Forçadas a reconhecer esta profunda lacuna no alcance digital, as companhias começaram a comprimir suas agendas de transformação de mais de uma década em planos de dois a três anos de duração. Líderes pivotaram para se concentrar em implantar uma essência digital que lhes permitiria transformar simultaneamente múltiplas partes de suas empresas e sua força de trabalho. No fundo, eles começaram a olhar para a tecnologia como uma graça salvadora numa época imprevisível, o que lhes permitiu acelerar seus esforços para minimizar as disruptões da pandemia. No meio deste caos, as empresas não apenas pivotaram mais rápido do que imaginavam poder, elas começaram a demonstrar a adaptabilidade, inovação e conectividade que somente tinham pensado já terem alcançado.¹

Essa jornada de reinvenção, no entanto, está só no começo. A pandemia acelerou radicalmente mudanças que as empresas sabiam que chegariam um dia, mas não imaginavam vê-las tão cedo. Deslocamentos que haviam sido previstos para se materializar em anos estão acontecendo aqui e agora: convergência entre indústrias, supply chain localizado, virtualização em massa e mudanças rápidas nas expectativas dos consumidores. Mas se as mudanças imediatas são claras, existe uma falta de clareza inédita naquilo que o futuro mais distante nos reserva.

Estamos diante de um conjunto global de circunstâncias que nunca vimos antes. Por um lado, ampliamos e aceleramos a transformação digital alinhada com os pilares digitais para criar praticamente qualquer coisa. Por outro lado, temos lacunas em todos os setores aguardando a definição da próxima visão de futuro. Combinadas, elas são uma oportunidade que nunca mais veremos nesta geração: de moldar ativamente nosso futuro quase a partir do zero. Mas este é um desafio que demanda um novo tipo de liderança. Liderar no futuro incerto vai exigir que as companhias se tornem **Masters da Mudança**.

A maior reinvenção da indústria de que há memória foi disparada. Pessoas e o mundo precisam de líderes que olharão além dos esforços e começarão a construir o que virá a seguir. Embora seja tentador para as companhias se limitarem ao já conhecido, 2020 trouxe para o centro das atenções a necessidade de um caminho diferente adiante. Se as empresas continuarem a ter uma perspectiva clara e concentrarem o foco sobre suas céleres transformações digitais, reimaginando tudo desde pessoas a dados, arquiteturas e ecossistemas, elas poderão emergir como líderes.



Liderança exige domínio da tecnologia

Sempre falamos sobre como a tecnologia mudaria o mundo, e agora que empresas de todas as indústrias aceleraram suas transformações digitais de uma vez – nossa visão aconteceu. A época do rápido seguidor já era. A mudança constante chegou para ficar, e os líderes precisam não somente abraçá-la, mas catalisá-la.



Durante a pandemia, ficou muito claro que não há liderança sem domínio da tecnologia.

Olhemos para o setor de restaurantes. Quando os *lockdowns* e confinamentos foram decretados em todo o mundo, fechando experiências gastronômicas tradicionais, grandes cadeias de restaurantes começaram a declarar falência.² De fato, 60% dos restaurantes listados no Yelp como ‘temporariamente fechados’ em julho estavam definitivamente fora de operação em setembro.³ Após os primeiros seis meses da pandemia, a National Restaurant Association reportou que quase três milhões de trabalhadores permaneciam desempregados, e a indústria de serviços de alimentação estava em vias de perder US\$ 240 bilhões.⁴ Ainda assim, no meio deste caos, a Starbucks emergiu como líder.

A Starbucks tinha uma transformação digital bem encaminhada em 2020, e quando a pandemia chegou, essa transformação evoluiu de uma iniciativa estratégica para um *airbag* crucial. O app móvel da companhia, que permite aos usuários personalizar

pedidos e pagar pelo telefone, provou-se precioso visto que as transações sem contato rapidamente se tornaram a regra. Em agosto, três milhões de novos usuários haviam baixado o app, e os pedidos móveis e as entregas drive-thru combinadas responderam por 90% das vendas.⁵ A Starbucks usou tecnologia para reinventar a experiência do cliente num mundo alterado, e quando a demanda surgiu, ela apostou firme. A empresa lançou um novo sistema de gestão integrada dos tickets para combinar pedidos do UberEats, do app Starbucks e dos clientes do drive-thru num único fluxo de trabalho para baristas e apresentou uma nova máquina de expressos equipada com sensores para ajudar o staff a monitorar quanto café estava sendo derramado e a prever a manutenção necessária.⁶

A Starbucks estava preparada para liderar quando a incerteza a atingiu, mas nem todas as empresas foram tão favorecidas. Um ano antes, muitas estavam contentes em fazer ‘apenas o necessário’

para manter o ritmo com a concorrência. Caso a destacar: todo ano, o Gartner pesquisa indústrias acerca dos níveis atuais e planejados de migração dos sistemas empresariais para *cloud*. E anualmente, de 2014 a 2019, as empresas reportavam níveis de implantação entre 8 e 13% e revelavam as expectativas de que atingiriam entre 30 e 50% em três anos. Ou, como colocam os analistas do Gartner: “as indústrias de transformação tinham planejado moverem-se para a nuvem em três anos nos últimos cinco anos.”⁷

Nos últimos 12 meses, contudo, este *mindset* começou a mudar. Oitenta e dois por cento dos executivos de TI reportaram terem aumentado vertiginosamente o uso de tecnologias de *cloud* em resposta direta à crise, e 66% dos respondentes afirmaram que continuarão a aumentar o uso de nuvem no futuro próximo.⁸

Noventa e cinco por cento das companhias disseram estar à procura de novas formas de engajar clientes como resultado da COVID-19.⁹ Desde as plataformas de delivery de comida, que mantiveram os restaurantes conectados aos consumidores, até o crescimento dos serviços de telessaúde e e-commerce, a pandemia abriu os olhos das companhias para uma nova realidade. Cloud está agora no coração das empresas, não apenas na periferia, e tecnologia não é somente mais um veículo para o sucesso – ela é o veículo do qual depende todo o sucesso possível.¹⁰

E o que começou como uma tentativa de resolver problemas imediatos durante a pandemia logo virou uma oportunidade para alterar rapidamente a plataforma da empresa, criar inteiramente novos tipos de valor e se tornar líder no setor. A Ford criou 10 vídeos interativos de realidade aumentada para ajudar consumidores a experimentar o novo Mustang Mach-E elétrico sem a necessidade de test drives.¹¹ Clientes em potencial podem explorar todos os recursos do novo carro usando um modelo 3D totalmente interativo, enquanto ouvem explicações diretamente dos projetistas e engenheiros envolvidos na criação. Em outro caso, D-Wave, uma das empresas líderes

explorando a computação quântica na nuvem – a todos que estiverem trabalhando em soluções para a COVID-19, um esforço que expôs a muita gente a utilidade da computação quântica.¹² E a Neolix, uma fabricante de caminhões autônomos de entrega baseada em Pequim, reportou o crescimento de encomendas quando a pandemia impediu a circulação de carros off road e abriu os olhos dos clientes para as vantagens das entregas sem motorista.¹³ Ao acelerar as transformações para atender às necessidades de um mundo em crise, estas empresas viraram a chave de um futuro novo e diferente – baseado em tecnologia.

A rápida aceleração digital durante a pandemia cimentou tecnologia como a pedra angular da liderança global. ‘Apenas suficiente’ agora é ‘insuficiente’. A lacuna entre líderes digitais e retardatários cresce a cada dia, e aderir a uma abordagem ‘esperar para ver’ levará as companhias para o lado errado da lacuna. Liderança demanda que empresas priorizem inovação tecnológica em resposta a um mundo em mudança radical. Pequenos pilotos e escala incremental são um luxo obsoleto, e o atrito entre pesquisa, desenvolvimento e implantações em larga escala precisa diminuir ou desaparecer.

Líderes não esperam por um novo normal, eles o constroem

Já diz o ditado: O melhor jeito de prever o futuro é inventá-lo. Priorizar tecnologia é essencial para assegurar que a empresa não fique para trás. A verdadeira liderança, no entanto, virá de companhias que adotarem radicalmente diferentes *mindsets* e modelos. O mundo tem sido assolado por mudanças radicais e requer liderança que pense com ousadia.



Prosperar neste momento vai requerer líderes ambiciosos, não conformados em reabilitar o negócio à forma que tinha antes, mas dispostos a derrubar convenções e executar sua visão de futuro.

Da força de trabalho ao *supply chain*, à tecnologia, às operações e modelos de negócio, os líderes gastaram décadas construindo sistemas para propósitos estáticos, em que a mudança era aguardada e acontecia lentamente. Mas hoje o sucesso vem para aqueles que carregam a audácia para reimaginar tudo.

No último ano, as empresas eram forçadas a confrontar suposições arraigadas sobre quão rápido a organização podia pivotar, onde ou como o trabalho era feito, até o que elas vendiam e para quem. Enquanto algumas estagnaram, vendo velhas convicções desmoronarem, outras derrubaram a burocracia e as premissas que as represavam – tornando-se as líderes que todos seguirão. A cadeia de hotéis Red Roof teve a demanda reduzida, mas viu no aumento do trabalho remoto uma oportunidade para alugar apartamentos como espaços de trabalho para locação diária.¹⁴ Quando mais companhias começarem a ver um retorno aos escritórios como opção e não obrigação, a Red Roof estará posicionada como um *player* no mercado

de coworking. E como os gastos em propaganda começaram a cair globalmente, o Spotify logo viu aí uma ameaça ao modelo de negócio sustentado por publicidade.¹⁵ A empresa rapidamente começou a comprar e desenvolver conteúdo *premium* para impulsionar assinaturas pagas – um movimento estratégico que a deslocou das atividades de licenciamento e agregação para produção e formação de tendências.

Isoladamente, isso pode parecer que empresas estão respondendo temporariamente à crise, mas a vontade de desafiar a principal proposta de valor da companhia é estabelecer um novo padrão para o futuro. Enquanto muitas organizações ainda esperam o novo normal emergir na sua frente – outras já o estão construindo.

Antes da pandemia, se você perguntasse a um executivo quanto tempo levaria para implantar uma nova plataforma de comunicações na empresa, fazê-lo em menos de um ano seria um feito e tanto.

Mas em março de 2020, o National Health Service (Serviço Nacional de Saúde) do Reino Unido dissipou percepções de quão rápida a transformação tecnológica precisa ser. Em questão de semanas, eles lançaram o Microsoft Teams para 1,2 milhão de funcionários.¹⁶

Se você tivesse perguntado a um industrial quanto tempo levaria para pivotar de produção de força e sistemas de propulsão para fabricar equipamento médico, ele provavelmente responderia que seria quase impossível. Mas, quando o Reino Unido enfrentou a falta de ventiladores, a Rolls Royce demonstrou a verdadeira capacidade que as empresas têm para mudar. A fabricante de carros de luxo reprojetou sua cadeia de suprimentos inteira para iniciar a produção deste equipamento médico demandado desesperadamente naquele momento.¹⁷ Em cinco semanas, a companhia reuniu as novas partes vindas de 100 diferentes fornecedores, orquestrou operações em três instalações e deu início à montagem final dos aparelhos.

No fundo, os líderes não veem a mudança como uma disruptão – eles a abraçam como oportunidade para implantar algo novo. Mas ações ousadas não vingarão sem o fundamento da tecnologia necessária para apoiar sua ambição. Empresas que associarem grandes ideias a tecnologia poderosa farão da preparação para a mudança uma vantagem competitiva, não uma acomodação relutante.

Por exemplo, quando a Geisinger Health System aprendeu mais sobre a pandemia da COVID-19, ela deu prioridade a investimentos acelerados na modernização de API e na arquitetura de microsserviços.¹⁸ Com a agilidade e escalabilidade que ganhou, a companhia pôde passar de 27 visitas remotas por dia para mais de mil; dobrar a força de trabalho remota para 13 mil funcionários; e implantar um sistema de telas digitais e painéis complementares que possibilitou aos administradores verem dados da população de pacientes em tempo real, reduzir esperas e aglomerações e garantir protocolos seguros de distanciamento social. A Geisinger também montou um sistema de rastreamento de contatos que inclui uma plataforma de CRM integrada, para que

funcionários monitorem a assistência ao paciente com facilidade, um *chatbot* interativo e um alcance perfeito de mensagens de texto e email.

Existe um vácuo temporário na medida em que pessoas, funcionários, clientes e parceiros continuem estabelecendo um novo conjunto de preferências para o próximo normal. Oportunidades ilimitadas estão aí para as empresas que quiserem contrariar a mentalidade do “esse é o jeito como sempre fizemos as coisas aqui” e se tornar parte da criação do que virá a seguir. Isso pode ser a reinvenção da experiência do cliente no seu setor, a reimaginação de como fluem os dados entre empresa e parceiros, ou o incentivo às vantagens de uma força de trabalho virtualizada – mesmo quando o distanciamento social não for mais uma necessidade.

Mas a oportunidade amplamente aberta também significa que a concorrência nunca foi tão feroz. Todas as companhias, das startups às concorrentes tradicionais, estão encarando essas mesmas disruptões e apresentando sua própria visão de futuro ao mesmo tempo. Não basta mais manter o ritmo – para liderar, as empresas precisam ser pioneras.



Ampliar os horizontes da liderança

A tecnologia torna alcançáveis as ambições mais ousadas, mas as pessoas são a estrela guia que fornece visão e direção. À medida que preconizam o novo normal, as companhias se preparam para ter um impacto superdimensionado sobre o mundo à nossa volta – e o sucesso financeiro será apenas uma métrica da liderança.



Existe um momento único para reconstruir o mundo melhor do que era antes da pandemia, e alcançar esse objetivo significará expandir nossa definição de valor para incluir quão bem as pessoas prosperam, o impacto sobre o meio ambiente, inclusão social crescente e mais.

Quando tecnologia, ambição e um comprometimento com pessoas convergem, o impossível se torna viável. No início da pandemia, estava claro que várias forças de trabalho ficariam no limbo. Alguns setores, como transporte aéreo e hotelaria, de repente ficaram sem cliente algum e com um excedente de funcionários talentosos. Outras áreas, como tecnologia e serviços de atendimento ao consumidor, tiveram aumento de demanda e carência de pessoal. Para responder a este desequilíbrio, os diretores de Recursos Humanos da Accenture, do Lincoln Financial Group, da ServiceNow e da Verizon juntaram-se para criar uma plataforma digital a fim de conectar trabalhadores a funções novas.¹⁹ A plataforma, chamada ‘People + Work Connect’, mapeia empregados disponíveis para cargos e posições que precisam ser preenchidos, deixando que profissionais de RH de diferentes empresas atendam colaborativamente a demandas de talento em suas organizações e assim mantenham mais pessoas empregadas.

Mesmo antes da pandemia, outras líderes estavam ampliando a visão de quem eram seus *stakeholders* e incluindo esses comprometimentos na estrutura de negócios. Por exemplo, a Danone publicou um balanço anual com um ganho por ação “carbon-adjusted” para mostrar que o impacto ambiental estava incluído na análise dos lucros da empresa.²⁰ À luz dos protestos contra a desigualdade racial, Walmart submeteu-se a uma auditoria sobre diversidade e práticas de contratações, priorizando relacionamentos com fornecedores membros de minorias, e comprometeu-se com US\$ 100 milhões para estabelecer um centro para a equidade racial.²¹

E com suas aceleradas transformações digitais, as empresas podem atacar alguns dos mais sérios e profundos desafios que o mundo enfrenta. Esforços como sustentabilidade e consumo consciente tornam-se iniciativas importantes; a tecnologia oferece um alicerce para alcançar tais objetivos.

Imagine comprar um café e poder ver – e confiar em – toda a história de produção. Você poderia verificar que materiais sustentáveis foram usados no empacotamento, confirmar a ausência de alergênicos, estar seguro das práticas éticas na produção e mais. No passado, oferecer este tipo de visibilidade para qualquer produto parecia complexo demais. Mas soluções tecnológicas emergentes estão tornando isso cada vez mais viável, permitindo às empresas construir confiança junto aos clientes de forma sem precedentes.

The Circular Supply Chain (a cadeia de suprimentos circular), por exemplo, é um sistema multipartidário criado em parceria com Mastercard, Amazon Web Services, Everledger, Mercy Corps e Accenture. A iniciativa multissetorial combina compartilhamento de dados baseado em *blockchain*, verificação biométrica de identidade, capacidades de pagamento e planejamento de recursos para impulsionar mais práticas de equidade e sustentabilidade nas cadeias de suprimentos globais.²² Ao resolver problemas de origem, autenticidade e rastreabilidade, o sistema beneficia todo o ecossistema. Consumidores conseguem verificar se a produção está alinhada aos seus valores e necessidades, e até mesmo ter a opção de acionar diretamente os pequenos produtores quanto à defesa de práticas sustentáveis. Os produtores são recompensados pelos seus esforços e trabalho duro, enquanto os industriais e distribuidores podem rastrear bens para planejar melhor e otimizar o atendimento da demanda – levando a menos desperdício e a um claro caminho para práticas mais sustentáveis.

À medida que as companhias aprendem mais sobre as capacidades da tecnologia, elas precisam reconhecer mais do que apenas o valor que esta agrega ao negócio. Para liderar com tecnologia, elas precisam medir seu impacto através de uma lente mais ampla.



Nosso momento é agora: Technology Trends 2021

As companhias não estão mais competindo apenas por *market share*; elas disputam para implantar sua visão de futuro mais rápido que a concorrência. O sucesso vai depender da habilidade para acelerar e dominar a mudança em todas as áreas da empresa, que, por sua vez, serão uma função direta das decisões tecnológicas que tomarem hoje.

Mas não se enganem: transformar a empresa numa líder em tecnologia não pode se limitar à supervisão do CIO ou do CTO sozinho. Para ser bem-sucedida, uma abordagem **digital-first** precisa ser estimulada por toda a diretoria e manifestada em todas as áreas da organização.

Tornar-se um mestre da mudança começa com **arquitetar o futuro** e reconhecer que estratégias de negócio e tecnologia são cada vez mais inseparáveis. Arquitetura nunca importou tanto na medida em que as opções tecnológicas que as companhias fazem hoje determinarão o que o negócio vai poder ou não fazer no futuro. A disputa está virando uma batalha de acervos tecnológicos – e um modelo único não atende a ninguém.

Quando as líderes injetam tecnologia em todos os aspectos do negócio, os valiosos tesouros de dados gerados são usados para implantar redes enormes de *digital twins* inteligentes. **O Mundo Espelhado** que estes gêmeos da próxima geração criam alimenta a mudança ao destravar o valor dos dados atualmente represado e permite às empresas simular, prever e automatizar, transitando perfeitamente sobre a divisa entre o digital e o físico.

As empresas também precisam assegurar que as pessoas estejam empoderadas para se tornarem impulsionadores da mudança – um resultado alcançável por meio da **democratização da tecnologia**, que torna poderosas capacidades tecnológicas acessíveis sem a necessidade de perfis especializados. As organizações podem virar a chave para a inovação básica ao munir todo funcionários com as ferramentas e competências para implantar soluções tecnológicas sempre que necessário.

A empresa pode mudar a partir de qualquer lugar e em toda parte ao equipar a força de trabalho para o modelo ***Bring Your Own Environment*** (traga seu próprio ambiente). O maior deslocamento individual da força de trabalho que já se viu está posicionando as empresas para explorarem os benefícios de uma mão de obra virtualizada e expandirem os limites da companhia.

Finalmente, os desafios e oportunidades à frente são muitos e as empresas não serão capazes de lidar com eles sozinhas. **Sistemas multidisciplinares** ajudarão companhias a liderar ao mudarem a forma como atuam em parceria. Das cadeias de suprimentos aos ecossistemas digitais, a pandemia mostrou quão vulneráveis podem ser as relações globais. Ao reconstruírem essas parcerias com o foco em tecnologia, as empresas encontram formas de se adaptar entre si.

Um futuro novo está no horizonte – um que é diferente daquele que o mundo esperava. À medida que este futuro toma forma, não haverá espaço para empresas que se apegarem ao passado. Você ficará assistindo ao mundo mudar à sua volta? Ou será o líder? As pessoas estão preparadas para algo novo, e é hora de as companhias juntarem-se a elas. Que venha a mudança.

QUE VENHA
A MUDANÇA



Nossas cinco tendências tecnológicas para 2021

Fundamento com estratégia

A arquitetura de um futuro melhor

Uma nova era de concorrência setorial está nascendo – uma em que as companhias competem conforme sua arquitetura.

Mundo espelhado

O poder dos *digital twins* gigantes e inteligentes

Os crescentes investimentos em dados, IA e *digital twins* têm dado origem a uma nova geração de negócios e inteligência: o mundo espelhado.

Eu, tecnólogo

A democratização da tecnologia

Processos de linguagem natural, plataformas low-code, automação robótica de processos (RPA) e outros democratizam a tecnologia por toda a força de trabalho.

De qualquer lugar, em toda parte

Como valorizar o trabalho remoto

Líderes aproveitarão as novas habilidades para redefinir segurança, cultura corporativa, meritocracia e o propósito dos escritórios.

De mim para nós

Uma trilha de sistemas multidisciplinares no meio do caos

A disruptão global da COVID-19 deu início a uma corrida das empresas para redesenhar suas parcerias – e sistemas multidisciplinares ganharam nova atenção.

Fundamento com estratégia

A arquitetura de um futuro melhor

Uma nova era de concorrência setorial está nascendo – uma na qual as companhias competem conforme sua arquitetura. As empresas têm um volume enorme de variadas opções tecnológicas à disposição. Isto significa que elas podem customizar cada camada da arquitetura de tecnologia, otimizando a execução da estratégia corporativa a um grau nunca visto. Mas construir e operar o mais competitivo acervo tecnológico pressupõe pensar diferente acerca de tecnologia. Estratégias de negócio e de tecnologia precisam ser inseparáveis, e as companhias precisam aspirar à liderança tecnológica.

Conclusões-chave

A diversidade de capacidades tecnológicas disponíveis levará à pluralidade de soluções de negócios. Empresas empenhadas em determinar a mais valiosa combinação de tecnologias serão capazes de oferecer serviços verdadeiramente exclusivos.

Implantar um acervo de tecnologia competitivo começa com a agregação de um rico patrimônio técnico – estratégias de cloud e microsserviços são a chave. As empresas precisam de uma fundação tecnológica adaptável e impedir a sobrecarga de sistemas legados.

À medida que as companhias fundirem suas estratégias de negócio e tecnologia, elas começarão a exercer um papel maior nas relações das pessoas com a tecnologia. Isto requer construir confiança – não somente em produtos e serviços, mas nas tecnologias por trás deles.

Mundo espelhado

O poder dos *digital twins* gigantes e inteligentes

Os crescentes investimentos em dados, IA e tecnologias de *digital twins* têm dado origem a uma nova geração de negócios e inteligência: o mundo espelhado. Os líderes constroem *digital twins* inteligentes em todas as organizações e montam em conjunto para criar modelos vivos de fábricas inteiras, *supply chains*, ciclos de vida de produtos e mais. À medida que mais do mundo físico é representado no espaço digital, o florescente mundo espelhado destravará a cornucópia de novas oportunidades. Empresas líderes serão capazes de reunir dados e inteligência em escala sem precedentes; de perguntar e responder a questões vitais para a sobrevivência; e de reimaginar como elas deverão operar, colaborar e inovar.

Conclusões-chave

As simulações do mundo espelhado darão às empresas a liberdade de explorar novas ideias e se perguntar infinitamente “e se?” num ambiente digital livre de riscos. Os líderes usarão esta competência para transformar seu processo de inovação.

Para colher os benefícios dos gêmeos inteligentes e do mundo espelhado, as companhias devem implantar práticas de dados amplas e confiáveis. Gêmeos são uma forma poderosa de transformar dados em insights viáveis, mas o uso de informações incompletas ou erradas trarão mais prejuízo do que benefícios.

O mundo espelhado promete visibilidade do grande panorama, mas acessá-lo significa ir além dos quatro muros da empresa. As companhias deverão mirar na direção de um futuro em que *digital twins* permitam a colaboração perfeita orientada por dados entre ecossistemas.

Eu, tecnólogo

A democratização da tecnologia

Um deslocamento no desenvolvimento da tecnologia está em curso. Processos de linguagem natural, plataformas *low-code*, automação robótica de processos (RPA) e outros estão democratizando a tecnologia, colocando poderosas capacidades nas mãos das pessoas na organização inteira. Este fenômeno estabelece a base para as estratégias de inovação das empresas – enquanto a área de TI continuará cuidando das grandes implementações e trabalhando sobre as mais avançadas tecnologias, as pessoas mais próximas dos problemas do dia a dia serão empoderadas para criar suas próprias soluções baseadas em tecnologia. Com esta democratização, todo funcionário pode ser um inovador, otimizando o seu trabalho, consertando pontos críticos e mantendo a empresa em sintonia com novas e mutantes necessidades.

Conclusões-chave

A tecnologia democratizada pode ajudar a fechar a lacuna das habilidades. Enquanto perfis altamente técnicos seguem demandados, líderes poderão usar tecnologia democratizada para cultivar muito do que precisam dentro da força de trabalho atual.

Para ativar uma camada básica de inovação, as companhias devem treinar as pessoas para que pensem como tecnólogos. Programas de treinamento precisam cobrir o uso de ferramentas democratizadas assim como a cultura tecnológica de forma geral.

A democratização está derrubando paredes tradicionais entre os lados de tecnologia e de negócios das organizações. Os líderes precisarão repensar os papéis das equipes de TI e não TI, e reimaginar como elas deverão colaborar entre si.

De qualquer lugar, em toda parte

Como valorizar o trabalho remoto

Chegou o momento de as empresas transformarem o trabalho remoto numa vantagem. No ápice da pandemia, as companhias realizaram o maior movimento de suas forças de trabalho ao deslocarem as pessoas para casa e apostarem em soluções tecnológicas para as manter produtivas. Ao fazerem isso, elas tornaram o trabalho possível não apenas de casa mas de *qualquer lugar*. As oportunidades são inúmeras para as empresas prontas para repensar a organização e o que podem alcançar com um modelo de força de trabalho virtualizado. Mas simplesmente estender as políticas da pandemia não é suficiente. Os líderes precisam agora desenvolver estratégias “*bring your own environment*” (BYOE, traga seu próprio ambiente, em inglês), atentando para as questões de segurança do trabalho remoto, os necessários deslocamentos culturais e o propósito evolutivo do espaço físico dos escritórios.

Conclusões-chave

Durante a pandemia, as companhias focaram em tornar o trabalho BYOE tecnicamente possível; agora elas precisam cuidar da fluidez perfeita e da segurança. As empresas deverão resolver os pontos críticos de hoje ou estes irão crescer rapidamente.

Com uma estratégia BYOE vem a oportunidade de redesenhar os modelos operacionais da companhia. Do incremento da colaboração pessoas-robôs ao acesso a um verdadeiro pool global de talentos, os benefícios potenciais são imensos.

Quando as empresas se deslocam para uma estratégia BYOE, a cultura também precisa evoluir. Este será um processo contínuo, mas rápidas vitórias hoje implicam em repensar como os funcionários se comunicam e trabalham para garantir que os trabalhadores remotos e presenciais sejam reconhecidos igualmente.

De mim para nós

Uma trilha de sistemas multidisciplinares no meio do caos

A disruptão global da COVID-19 deu início a uma disputa das empresas para redesenhar suas parcerias – e sistemas multidisciplinares ganharam nova atenção. A súbita demanda por rastrear contatos, pagamentos sem atrito e novas formas de construir confiança trouxe para o centro das atenções o que ficara por fazer com os ecossistemas empresariais existentes. Os próximos três anos verão uma rápida mudança nas necessidades dos consumidores, em regulação e mais – e as companhias aprenderão que se tornam mais fortes quando estão juntas. Elas têm a oportunidade de evitar a repetição dos erros do passado e trilhar um novo caminho à frente. Com sistemas multidisciplinares, as empresas podem ganhar mais resiliência e adaptabilidade; destravar novas formas de abordar o mercado; e estabelecer novos padrões de ecossistemas para suas indústrias.

Conclusões-chave

Para construir maior resiliência, as organizações precisam se abrir para parcerias mais digitalizadas. Isso começa com investimentos em tecnologias como nuvens próprias para indústrias específicas e pensamento além dos limites setoriais tradicionais.

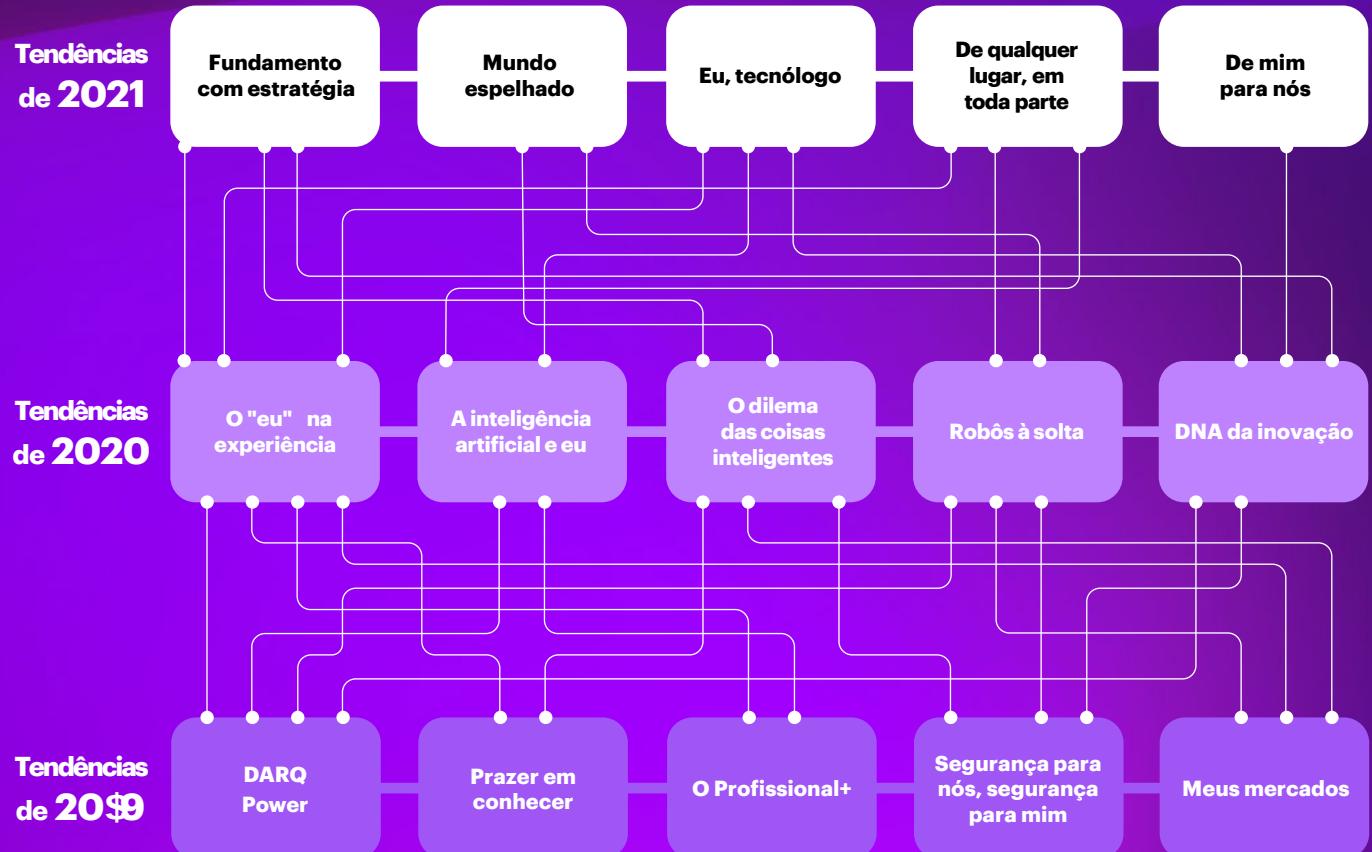
A adoção de sistemas multidisciplinares evolui com rapidez. Eles têm a força de transformar parcerias radicalmente. Mas os líderes empresariais devem entender o *business case* certo para alavancá-los.

Sistemas multidisciplinares estão remodelando algumas das instituições mais profundamente estabelecidas. À medida que as empresas buscam as vantagens destes sistemas, elas devem assegurar que estão usando a tecnologia para criar um futuro mais justo.

Completando a imagem

O estudo Technology Vision da Accenture compreende um conjunto de tendências tecnológicas de três anos, atualmente incluindo tendências de 2020 e 2019.

É importante reconhecer que as tendências de cada ano fazem parte de um cenário maior. Acompanhar como elas evoluem ao longo do tempo oferece uma visão de como elas podem continuar a se desenvolver no futuro.



Tendências 2020

O "eu" na experiência

Ajudar as pessoas a escolherem suas próprias aventuras

Redesenhar as experiências digitais com novos modelos que amplificam a agência pessoal. Tornar públicos passivos em participantes ativos, transformando experiências unidirecionais em verdadeiras colaborações.

A Inteligência artificial e eu

Reimaginar os negócios por meio de colaboração humana e de IA

Adote uma nova abordagem que use inteligência artificial para trazer todo o poder das pessoas. Vá além da implantação da IA apenas para automação sozinha e entre na nova fronteira de cocriação entre pessoas e máquinas.

O dilema das coisas inteligentes

Superar o “fardo beta”

Aborde a nova realidade da propriedade do produto na era do “beta para sempre”. Transforme pontos problemáticos numa oportunidade para criar um nível sem precedentes de parceria entre negócios e clientes.

Robos à solta

Aumentar o alcance e a responsabilidade da empresa

Crie novos modelos de interação e impacto à medida que a robótica ultrapassa os limites da companhia. Empresas de todos os setores abrirão novas oportunidades, apresentando os robôs à próxima fronteira: o mundo aberto.

DNA da inovação

Criar um mecanismo para inovação contínua

Aproveite a escala sem precedentes de tecnologia disruptiva disponível hoje. Crie os recursos e as parcerias necessárias de ecossistema para compilar o DNA único de inovação da organização.

2019 Trends

DARQ Power

Entendendo o DNA do DARQ

Novas tecnologias são catalisadoras de mudanças, oferecendo aos negócios novas capacidades extraordinárias. A tecnologia de registros compartilhados, a inteligência artificial, a realidade aumentada e a computação quântica serão o próximo conjunto de novas tecnologias a desencadear uma mudança radical, permitindo que as empresas reinventem indústrias inteiras.

Prazer em conhecer

Desbloqueie clientes e oportunidades únicas

As interações orientadas pela tecnologia estão criando uma identidade de tecnologia em expansão para todos os consumidores. Essa base viva de conhecimento será chave para não apenas entender a próxima geração de consumidores, mas também para proporcionar relacionamentos enriquecidos, individualizados e baseados na experiência da era pós-digital.

O profissional+

Mude o local de trabalho ou prejudique a força de trabalho

As forças de trabalho estão se tornando humanas+: cada indivíduo é empoderado por suas habilidades e conhecimentos, além de um novo conjunto de recursos em constante crescimento, possibilitado pela tecnologia. Agora, as empresas devem adaptar as estratégias de tecnologia que criaram, com sucesso, essa força de trabalho da próxima geração para apoiar uma nova maneira de trabalhar na era pós-digital.

Segurança para NÓS, segurança para MIM

As empresas não são vítimas, são vetores

Embora os negócios orientados pelo ecossistema dependam da interconectividade, essas conexões aumentam a exposição das empresas a riscos. As empresas líderes estão reconhecendo que, assim como já colaboram com ecossistemas inteiros para oferecer os melhores produtos, serviços e experiências da categoria, é hora de unir a segurança a esse esforço também.

Meus mercados

Atenda às necessidades dos consumidores na velocidade atual

A tecnologia está criando um mundo de experiências intensamente personalizadas e sob demanda, e as empresas devem reinventar suas organizações para encontrar e capturar essas oportunidades à medida que surgem. Isso significa visualizar cada oportunidade como se fosse um mercado individual - um mercado momentâneo.

Sobre o Technology Vision

Há mais de 20 anos, a Accenture desenvolve o estudo Technology Vision como uma revisão sistemática de todo o panorama empresarial para identificar as tendências tecnológicas que terão maior impacto nas empresas, agências governamentais e outras organizações nos próximos anos. Essas tendências têm impacto significativo entre os setores e são acionáveis pelas companhias atualmente.

Accenture Labs e Accenture Research colaboram no processo da pesquisa anual com:

- Coleta de informações do Conselho Consultivo Externo do Technology Vision, um grupo de mais de duas dezenas de indivíduos experientes dos setores público e privado, academia, capital de risco e empresas empreendedoras. Além disso, a equipe Technology Vision realiza entrevistas com especialistas em tecnologia e do setor, bem como com quase 100 líderes de negócios da Accenture de toda a organização.
- Uma pesquisa global com executivos empresariais e de TI para entender suas perspectivas sobre a adoção e o impacto da tecnologia nas suas organizações. As respostas das entrevistas ajudam a identificar as estratégias tecnológicas e os investimentos prioritários de empresas de diversos setores e regiões geográficas.

À medida que uma lista restrita de temas surge do processo de pesquisa, a equipe do Technology Vision trabalha para validar e refinar ainda mais o conjunto das tendências. Os assuntos são avaliados por sua relevância para os desafios empresariais do mundo real. A equipe Technology Vision procura ideias que transcendam os conhecidos fatores condutores da mudança tecnológica, concentrando-se nos temas que em breve começarão a aparecer nas agendas dos líderes empresariais (C-level) da maioria das empresas.

Referências

- 1 Wilson, H. J. (25 de outubro de 2019). Why You Should Mind the Innovation Achievement Gap. Accenture: <https://www.accenture.com/us-en/blogs/accenture-research/innovation-achievement-gap>
- 2 Valinsky, J. (13 de dezembro de 2020). The 30 Retailers and Restaurant Chains That Filed For Bankruptcy in 2020. CNN Business: <https://www.cnn.com/2020/12/12/business/retailers-restaurants-bankrupt-2020/index.html>
- 3 Increased Consumer Interestin May Correlates with COVID-19 Hot Spots in June, According to Yelp Economic Average. (2020). <https://www.yelpeconomicaverage.com/yea-q2-2020.html>
- 4 Sietsema, T. (6 de outubro de 2020). 'The Goal is to Make It Through This'. The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/magazine/2020/10/06/weather-pandemic-restaurants-reinvent-themselves-again-again/>
- 5 Lauchlan, S. (29 de julho de 2020). Brewing Resilience – How Early Digital Vision Is Paying Off For Starbucks. Diginomica: <https://diginomica.com/brewing-resilience-how-early-digital-vision-paying-starbucks>
- 6 Wilson, M. (6 de junho de 2020). Starbucks Is About To Look A Lot Different – And COVID-19 Is Only Part Of The Reason Why. Fast Company: <https://www.fastcompany.com/90514230/starbucks-is-about-to-look-a-lot-different-and-covid-19-is-only-part-of-the-reason-why>
- 7 Franzosa, R. (24 de agosto de 2020). Manufacturing Operations Finally Turns To The Cloud. Gartner: <https://www.scmworld.com/manufacturing-operations-finally-turns-cloud/>
- 8 Donnelly, C. (18 de junho 2020). Coronavirus: Enterprise Cloud Adoption Accelerates In Face of Covid-19, Says Research. Computer Weekly: <https://www.computerweekly.com/news/252484865/Coronavirus-Enterprise-cloud-adoption-accelerates-in-face-of-Covid-19-says-research>
- 9 COVID-19 Digital Engagement Report. (2020). Twilio: <https://www.twilio.com/covid-19-digital-engagement-report>
- 10 Accenture Cloud First Launces With \$3 Billion Investment To Accelerate Clients' Move to Cloud and Digital Transformation. (17 de setembro de 2020): <https://newsroom.accenture.com/news/accenture-cloud-first-launches-with-3-billion-investment-to-accelerate-clients-move-to-cloud-and-digital-transformation.htm>
- 11 Cole, C. (20 de setembro de 2020). Ford Is Using Augmented Reality To Help Sell Its New Mach-E Electric SUV. CNET: <https://www.cnet.com/roadshow/news/ford-mustang-mach-e-augmented-reality/>
- 12 D-Wave Provides Free Quantum Cloud Access For Global Response To COVID-19. (2020, March 31). <https://www.dwavesys.com/press-releases/d-wave-provides-free-quantum-cloud-access-global-response-covid-19>
- 13 Ross, P. (17 de março de 2020). Is Coronavirus Speeding the Adoption of Driverless Technology. Institute of Electrical and Electronics Engineers: <https://spectrum.ieee.org/cars-that-think/transportation/self-driving/will-coronavirus-speed-adoption-of-driverless-technology>
- 14 Anas, B. (31 de março de 2020). The Clever Way This Hotel Chain Plans To Stay Open During The Coronavirus Closures. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/brittanyanas/2020/03/31/the-clever-way-this-hotel-chain-plans-to-stay-open-during-the-coronavirus-closures/amp/>
- 15 Guillén, M. (7 de julho de 2020). How Businesses Have Successfully Pivoted During The Pandemic. Harvard Business Review: <https://hbr.org/2020/07/how-businesses-have-successfully-pivoted-during-the-pandemic>
- 16 Hughes, O. (7 de abril de 2020). Microsoft And NHS Digital To Provide New Clinical Capabilities Through Teams. Digital Health: <https://www.digitalhealth.net/2020/04/microsoft-and-nhs-digital-to-provide-new-clinical-capabilities-through-teams/>
- 17 Designed, Supplied, Delivered: Coordinating Production of Medical Ventilators for the UK. (2020). Accenture: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-126/Accenture-RollsRoyce-ACN-Ventilator-ChallengeUK-CaseStudy.pdf
- 18 Geisinger's Digital Strategy to Combat COVID-19 and Accelerate Enterprise Transformation (14 de julho de 2020). Healthcare IT News: <https://www.healthcareitnews.com/blog/leveraging-digital-strategy-combat-covid-19-and-accelerate-enterprise-transformation>
- 19 Peart, N. (9 de dezembro de 2020). Four HR Officers Create A Solution To Connect People To Work. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/nataliapeart/2020/12/09/four-hr-officers-create-a-solution-to-connect-people-to-work/?sh=514492096278>
- 20 Danone Full Year Results 2019 (n.d.): https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/medias/medias-en/2020/corporatepressreleases/danone_full_year_2019_results.pdf
- 21 McMillon, D. (12 de junho de 2020). Advancing Our Work on Racial Equity. Walmart: <https://corporate.walmart.com/newsroom/2020/06/12/advancing-our-work-on-racial-equity>
- 22 Accenture Circular Supply Chain (n.d.): https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-95/Accenture-Circular-Supply-Chain.pdf#zoom=50

Sobre a Accenture

A Accenture é uma empresa global de serviços profissionais, com liderança nas capacidades de digital, cloud e segurança da informação. Combinando experiência ímpar e competências especializadas em mais de 40 indústrias, oferecemos serviços de Strategy & Consulting, Interactive, Technology e Operations – impulsionados pela maior rede de centros de tecnologia avançada e operações inteligentes do mundo. Nossos 514 mil profissionais cumprem a promessa da tecnologia e da criatividade humana todos os dias, atendendo a clientes em mais de 120 países. Nós abraçamos o poder da mudança para criar valor e sucesso compartilhado com nossos clientes, pessoas, acionistas, parceiros e comunidades.

Visite-nos em www.accenture.com

Sobre os Accenture Labs

Os Accenture Labs são incubadoras que desenvolvem novos conceitos por meio de projetos de P&D aplicados que terão um impacto significativo nos negócios e na sociedade. Nossa equipe dedicada de tecnologistas e pesquisadores trabalha lado a lado com líderes de toda a empresa e com parceiros externos para imaginar e inventar o futuro.

Os Accenture Labs estão localizados em sete centros de pesquisa de alta segurança espalhados pelo mundo: San Francisco, Califórnia; Sophia Antipolis, França; Washington, D.C; Shenzhen, China; Bangalore, Índia; Herzliya, Israel e Dublin, Irlanda e Nano Labs em todo o globo. Os Labs têm uma colaboração ampla com a rede Accenture formada por quase 400 centros de inovação, estúdios e centros de excelência com o objetivo de entregar pesquisa de ponta, insights e soluções para clientes onde eles operam e vivem. Para mais informações, acesse www.accenture.com/labs

Sobre a Accenture Research

A Accenture Research molda tendências e cria insights baseados em dados sobre os problemas mais prementes enfrentados pelas organizações globais. Por meio da combinação do poder de técnicas de pesquisa inovadoras com um profundo conhecimento das indústrias de nossos clientes, nossa equipe de 300 pesquisadores e analistas abrange 20 países e publica centenas de relatórios, artigos e análises todos os anos. Nossos estudos instigantes – baseados em dados proprietários e parcerias com organizações de ponta como MIT e Harvard – orientam nossas inovações e nos permitem transformar teorias e novas ideias em soluções reais para nossos clientes.

Acesse www.accenture.com/research para mais informações.