



ITDBr

Índice Transformação Digital Brasil 2024

Um retrato da maturidade das organizações na jornada para incorporar tecnologias digitais e criar diferenciais valiosos para seus negócios

Destaques do setor do Agronegócio



Conteúdo

Introdução	03
Como entendemos a transformação digital	05
Dimensões da maturidade digital	08
Perfil dos participantes	10
Baixa maturidade digital ameaça competitividade	11
Abordagem de transformação digital	13
O que ainda precisa ser resolvido para impulsionar a transformação digital	15
Obstáculos que as empresas enfrentam no processo	16
Como as organizações definem a transformação digital	18
Como os líderes entendem a transformação digital	21
Resultados esperados	23
Oportunidades de melhoria	24
Tecnologias de fronteira adotadas	28
ESG na transformação digital	29
<i>Compliance</i> e transformação digital	32
Considerações finais	33
Metodologia	34
Contatos	35

Introdução

A transformação digital é um fator essencial para o crescimento e a competitividade do agronegócio brasileiro. Mas será que o setor está preparado para aproveitar plenamente essas inovações e enfrentar os desafios de um mercado global cada vez mais exigente?

Para entender o grau de maturidade digital do agronegócio e como o setor pode se adaptar à revolução tecnológica, lançamos neste ano a primeira edição do nosso Índice Transformação Digital Brasil (ITDBr) dedicada exclusivamente a esse segmento.

O estudo, fruto da parceria entre a PwC Brasil e a Fundação Dom Cabral (FDC), aprofunda-se nas características específicas do agronegócio, considerando os desafios únicos que enfrenta na integração de soluções tecnológicas abrangentes.

Nossa análise utiliza uma metodologia própria, que permite mensurar o progresso da transformação digital e monitorar de forma contínua o desenvolvimento, oferecendo diretrizes personalizadas para ajudar as empresas do agronegócio a se adaptarem ao ambiente tecnológico em constante evolução.

Com esta edição do relatório, esperamos fornecer insights práticos e orientações estratégicas para impulsionar a competitividade e o crescimento sustentável das empresas do agronegócio brasileiro, reafirmando nosso compromisso em apoiar a transformação digital em todos os setores da economia.



“

A transformação digital no agronegócio é uma necessidade urgente para assegurar sua competitividade e sustentabilidade. As empresas que adotarem tecnologias essenciais como a inteligência artificial, IoT e análise de dados terão uma vantagem estratégica significativa, ao otimizar recursos e aumentar a eficiência produtiva no ecossistema. No entanto, o desafio não está apenas na implementação dessas soluções, mas também em mudar a cultura organizacional e desenvolver uma visão de longo prazo que integre a digitização de forma estratégica.”

Mauricio Moraes

Sócio e líder do setor de Agribussines e CEO do PwC Agtech Innovation



Como entendemos a transformação digital

É a jornada contínua das organizações para integrar as tecnologias digitais em seus negócios, na busca por atender a prioridades estratégicas, explorar novas oportunidades de mercado, aumentar a eficiência operacional, testar novos modelos de negócios, possibilidades de atuação ou resolução de problemas.

A transformação digital real está fundamentalmente ligada aos desafios dos negócios, à estratégia de dados e a uma governança diferenciada envolvendo tecnologia e inovação. Ela deve impactar significativamente a capacidade operacional da empresa, o atendimento dos clientes e a experiência dos profissionais.





“

A maioria das empresas do agronegócio ainda está definindo seus objetivos e razões para usar a inteligência artificial, com foco principalmente em eficiência, conforme observamos em nosso estudo. A IA generativa democratizou o uso da inteligência artificial na força de trabalho, promovendo uma eficiência mais ampla e massiva e alcançando diretamente o usuário final. Existe um espaço, no entanto, importante para explorar outras oportunidades de integração da inteligência artificial em diversos processos, sistemas, produtos e serviços em uma visão mais estratégica de geração de valor das empresas.”

Denise Pinheiro

Sócia e líder de Transformação Digital



“

Há um aumento na percepção e na relevância que os tomadores de decisão têm dado às inovações e tecnologias digitais. O desafio, porém, não está na inovação em si, mas nos mecanismos de governança que a acompanham. Sem uma estratégia adequada – que envolva a estrutura organizacional – essa maturidade continuará em níveis baixos.”

Hugo Tadeu,

Diretor do Núcleo de Inovação e Tecnologias Digitais da FDC

Dimensões da maturidade digital

A medição da maturidade da transformação digital nas empresas envolve avaliar vários componentes cruciais que indicam o quanto uma empresa está preparada ou envolvida no uso de novas tecnologias para otimizar seus processos, serviços e modelos de negócio.

Dimensão	Descrição
Estratégia	Uma estratégia digital eficaz se inicia com um claro mapeamento de oportunidades e uma visão de futuro tanto para a empresa quanto para o negócio digital. Isso inclui a criação de um plano inicial de 100 dias, além de uma estratégia para o curto, médio e longo prazos, identificando as tecnologias necessárias para concretizar essa visão de futuro digital.
Governança	O sucesso da transformação digital pode ser alcançado com base na implementação de sólidos mecanismos de governança e gestão. Essa estrutura envolve a criação de fóruns e comitês, definição de métricas de acompanhamento e iniciativas focadas na gestão de pessoas, mudanças e parcerias.
Processos digitais	A justificativa para a transformação digital está na capacidade de criar negócios e gerar receitas adicionais com base em produtos e serviços digitais. Para isso, é essencial gerar valor tanto internamente – com a digitização das áreas de negócio e operações e melhoria de indicadores de eficiência – quanto externamente, atraindo novos clientes e parceiros. A organização precisa desenvolver processos e soluções internas e externas que garantam esse sucesso.
Pessoas e cultura	A promoção de uma cultura voltada para a transformação digital deve ser prioridade. Isso envolve o desenvolvimento de líderes aptos a conectar negócios e tecnologia e a criação de uma plataforma on-line de treinamento para disseminar conhecimento em todos os níveis organizacionais. A estrutura organizacional deve ser ágil, encorajando a experimentação e facilitando a colaboração entre diferentes setores.
Infraestrutura	Examina a capacidade da organização de apoiar o uso de novas tecnologias e grandes volumes de dados com sua infraestrutura de TI. Uma infraestrutura sólida é essencial para integrar ativos digitais importantes. Também inclui investimentos em engenharia e automação, além do desenvolvimento de processos digitais que otimizem o fluxo de informações. O foco é melhorar e inovar continuamente para agregar valor à jornada do cliente.
Decisões orientadas por dados (<i>data-driven</i>)	Abordagem organizacional na qual decisões são tomadas com base em dados e análises, em vez de intuições, percepções ou experiências pessoais. Uma organização com uma cultura <i>data-driven</i> valoriza e utiliza informações e métricas para orientar estratégias, operações e avaliações de desempenho.

Estratégia de tecnologia

Deve definir as prioridades para a arquitetura tecnológica da empresa, alinhando-as com a estratégia do negócio e buscando suportar movimentos incrementais ou disruptivos.

Inteligência artificial (IA)

Integrar a inteligência artificial em diversos processos, sistemas, produtos e serviços pode elevar significativamente a eficiência operacional e estratégica da organização.

Clientes digitais

É importante concentrar esforços na coleta e análise de dados de clientes provenientes de diferentes canais, como mídias sociais, para desenvolver estratégias personalizadas que melhorem a experiência do cliente.

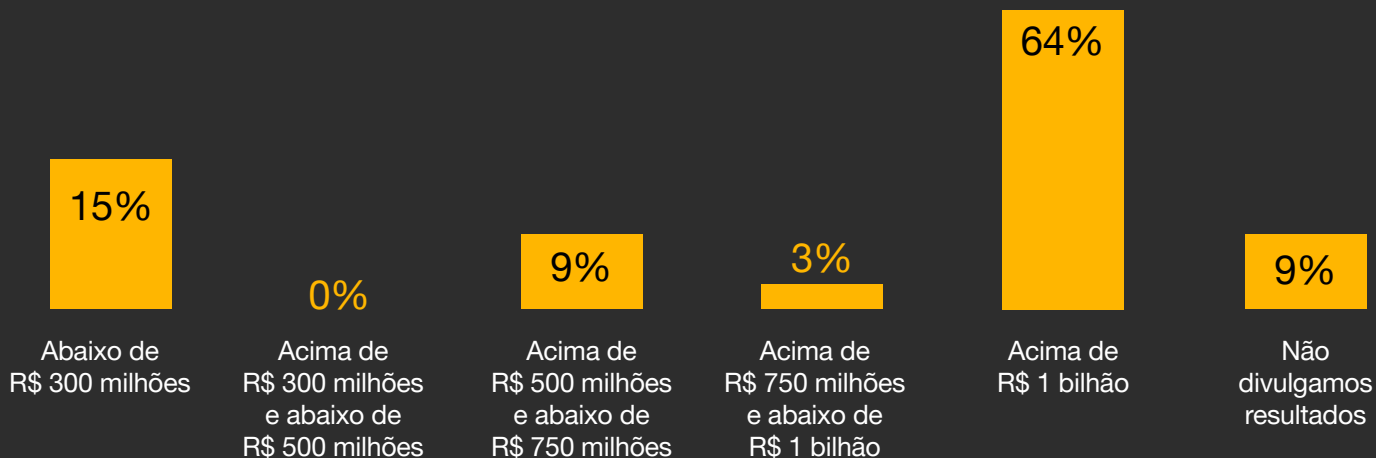
Fronteira tecnológica

Explorar inovações que estão na fronteira tecnológica, inclusive em áreas como nanotecnologia, biotecnologia e outras com potencial transformador, pode revolucionar setores inteiros e impulsionar avanços significativos, ultrapassando os limites do conhecimento atual.



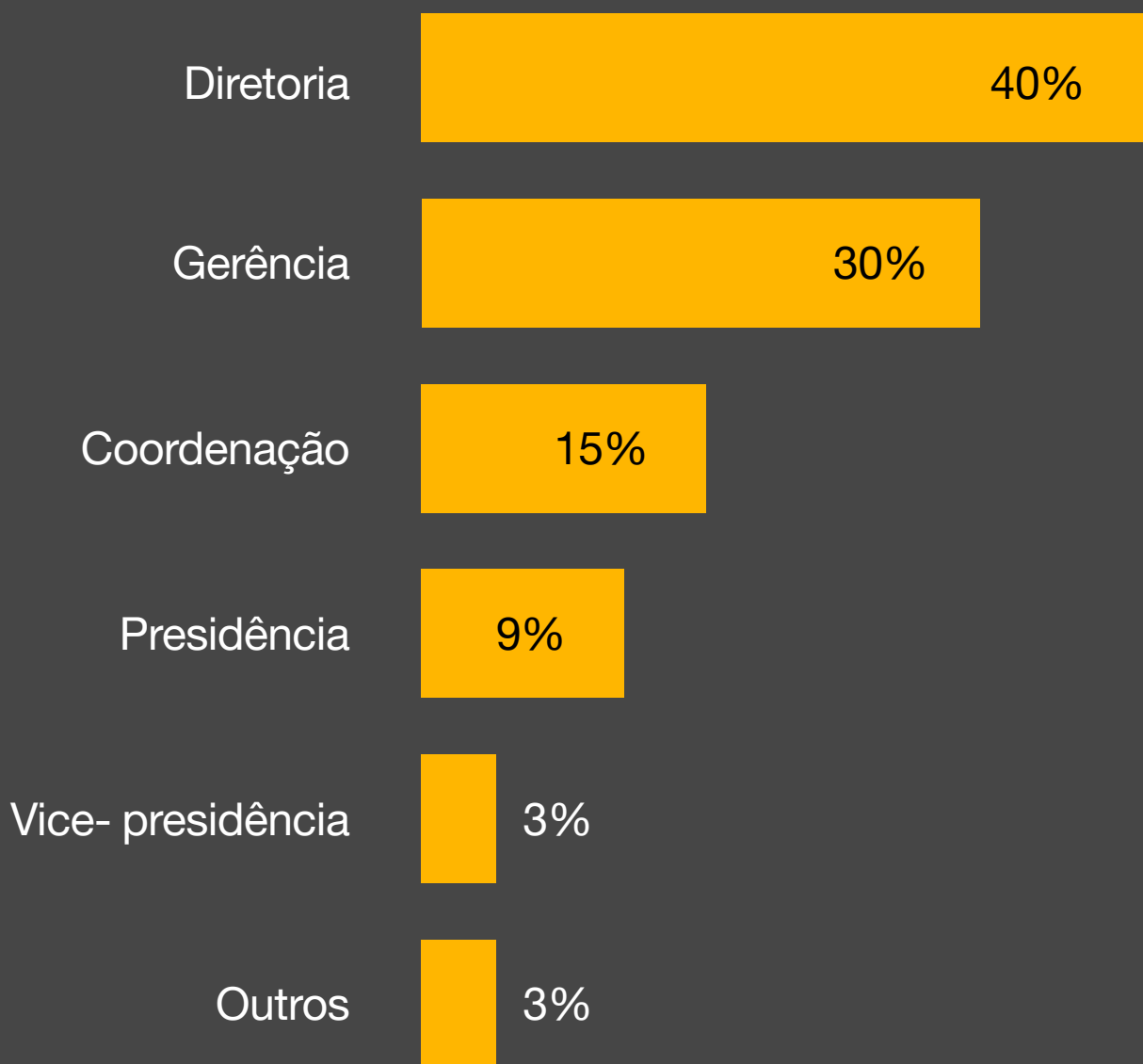
Perfil dos participantes

Faturamento anual



Cargo do respondente na organização

Respondentes na administração executiva das empresas participantes totalizam 54%.



Baixa maturidade digital ameaça competitividade



O setor do agronegócio apresenta o menor índice de maturidade digital entre todas as indústrias avaliadas, com uma média geral de 3,1, consideravelmente abaixo da média de 3,7 de todos os setores.

Além disso, em todas as dimensões de maturidade analisadas, o agronegócio ficou abaixo da média geral, especialmente em áreas críticas como **processos digitais** (com uma diferença de 2,9 para 3,8) e **decisões orientadas por dados** (2,8, em comparação com 3,5). Esses resultados indicam que o agronegócio precisa de uma estratégia mais robusta e investimentos em digitização e inovação para acompanhar o ritmo de transformação de outros setores.

Com uma pontuação de 2,7, a dimensão de **pessoas e cultura** recebeu a avaliação mais baixa entre todas as dimensões e indústrias pesquisadas, o que indica uma possível falta de foco em treinamento digital e desenvolvimento cultural para apoiar a transformação digital.

Por outro lado, na dimensão de **clientes digitais**, o agronegócio alcançou uma pontuação de 3,4, ficando bastante perto da média geral de 3,8. Esse é um sinal de que o setor está se alinhando às expectativas do mercado digital. Para o agronegócio se tornar mais competitivo, será essencial não apenas continuar avançando nessa área, mas também investir em capacitação digital e promover uma cultura organizacional que apoie a transformação tecnológica.



Índice por dimensão de maturidade

■ Agronegócio ■ Média geral

Média geral



Estratégia



Clientes digitais



Inteligência artificial



Fronteira tecnológica



Governança



Estratégia de tecnologia



Infraestrutura



Processos digitais



Decisões orientadas por dados



Pessoas e cultura



Abordagem de transformação digital



O agronegócio revela uma postura mais conservadora em relação à transformação digital, com 75,8% das empresas adotando uma abordagem **seletiva** para seus investimentos tecnológicos – percentual muito acima da média geral de 46,3%. Isso indica que a maioria das empresas do agronegócio prioriza investimentos focados, em vez de transformações mais abrangentes. Essa postura pode refletir tanto cautela em um cenário de incertezas econômicas quanto resistência em adotar mudanças digitais mais profundas.

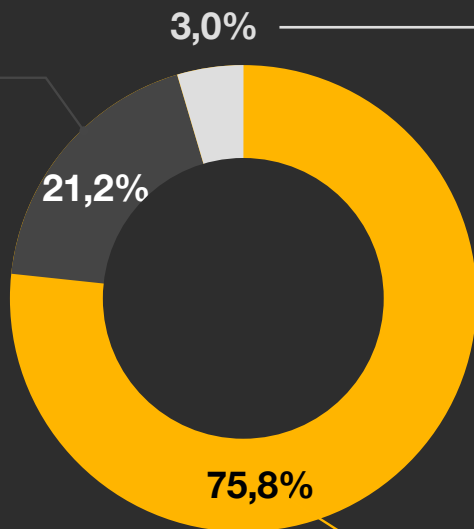
Apenas 21,2% das empresas do agronegócio se classificam como **otimizadoras**, aquelas que veem a transformação digital como parte crucial de seus investimentos. Esse percentual está muito abaixo da média de 40,3% de todos os setores, sugerindo que o agronegócio ainda precisa aproveitar mais a tecnologia para impulsionar seus negócios de forma estratégica, o que pode impactar sua competitividade no longo prazo.

Além disso, somente 3% das empresas do setor podem ser classificadas como **visionárias**, aquelas que priorizam a transformação digital como um fator estratégico de longo prazo. O percentual é muito inferior à média geral de 13,4%, ou seja, poucas organizações no setor estão dispostas a se comprometer com mudanças digitais profundas que possam moldar seu futuro.

Os dados revelam que o agronegócio pode enfrentar desafios em se adaptar às demandas crescentes de inovação e competitividade no mercado global, especialmente se continuar a priorizar pequenos investimentos digitais em vez de uma transformação mais robusta e estratégica.

Como cada organização se classifica

Otimizadoras
(Média geral = 40,3%)
Transformação digital determina os principais investimentos da organização



Visionárias
(Média geral = 13,3%)
Os investimentos na transformação digital determinam a organização do futuro

Seletivas
(Média geral = 46,3%)
Pequenos investimentos na transformação digital

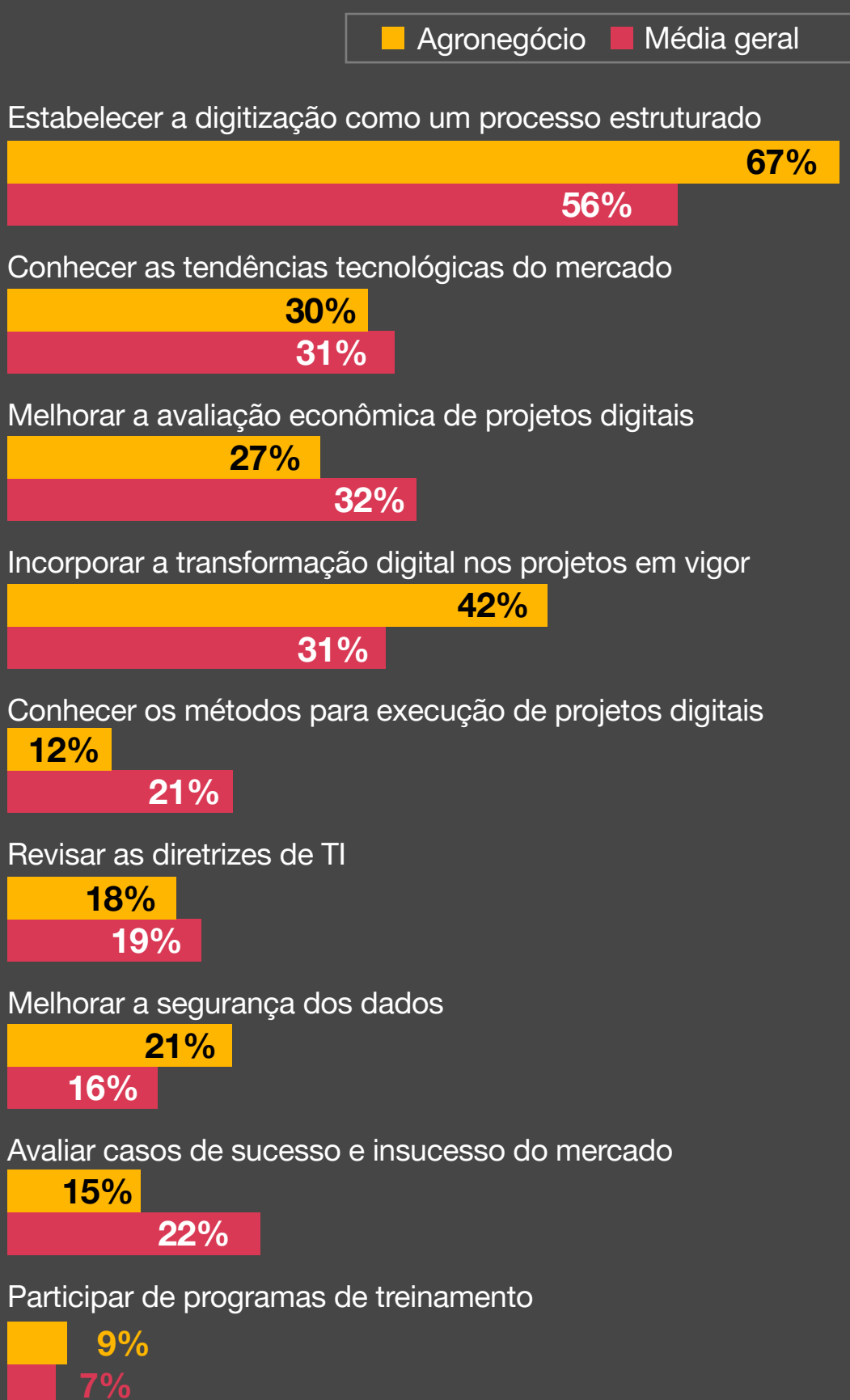
P: Qual a classificação da sua organização?



O que ainda precisa ser resolvido para impulsionar a transformação digital?

O maior desafio identificado para impulsionar a transformação digital no agronegócio é a necessidade de **estabelecer a digitização como um processo estruturado** (67%), de forma ainda mais acentuada do que em outros setores. Além disso, 30% das empresas do agro apontam a necessidade de conhecer as tendências tecnológicas de mercado, próximo da média geral de 31%, o que indica uma dificuldade de acompanhar as inovações tecnológicas e integrá-las de maneira eficaz.

P: O que a sua organização precisaria estruturar para impulsionar a transformação digital?



Obstáculos que as empresas enfrentam no processo

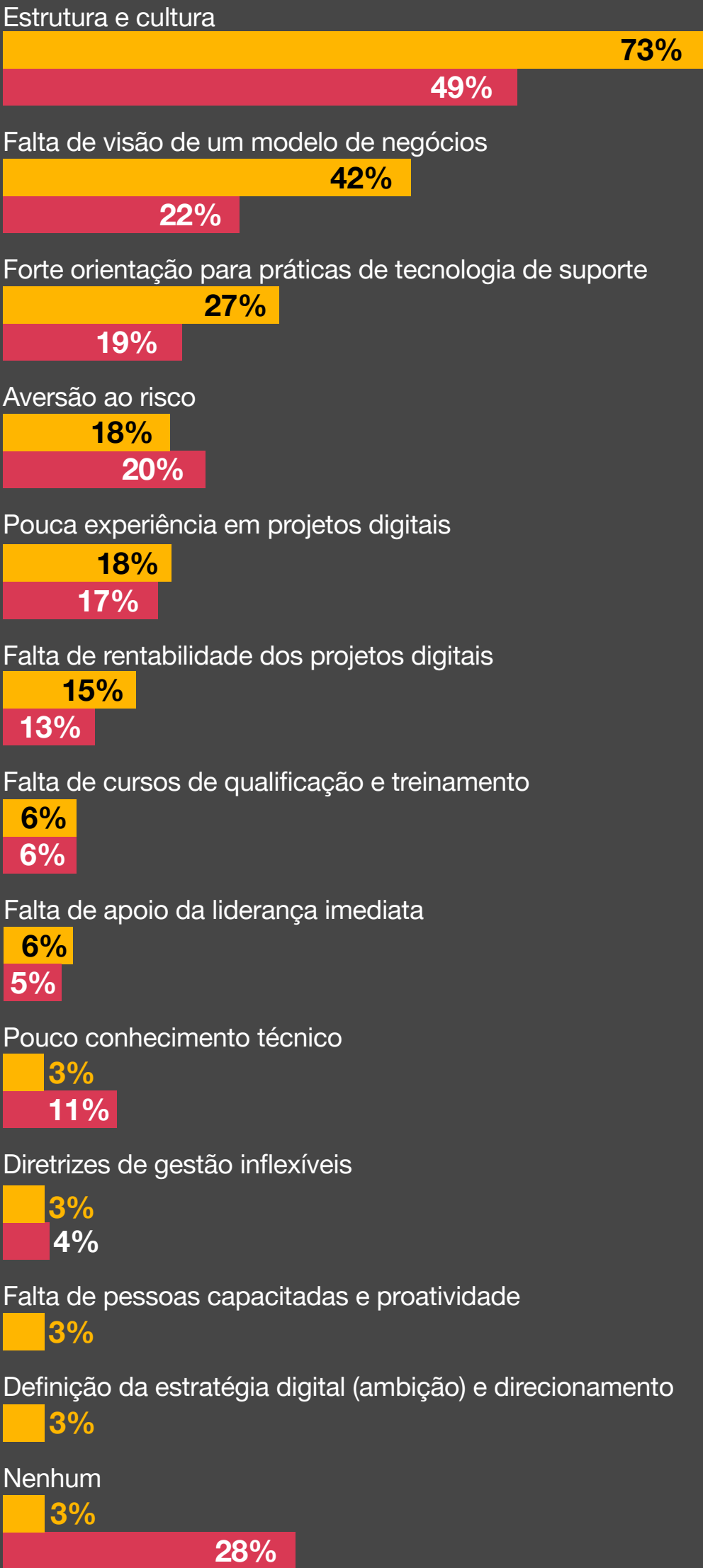


O principal obstáculo à implementação da transformação digital no agronegócio é a **estrutura e cultura organizacional**, um aspecto apontado por 73% das empresas, em comparação com 49% em todos os setores. Esse dado reflete uma resistência interna significativa à adoção de novas tecnologias, dificultando o avanço no setor.

Além disso, a **falta de visão de um modelo de negócios digital** é outro grande desafio, mencionado por 42% das empresas do agro, quase o dobro da média geral de 22%. Isso pode indicar que muitas organizações ainda não enxergam com clareza como a digitização pode ser integrada de forma estratégica em seus negócios.

A falta de conhecimento técnico não é um impedimento crítico: apenas 3% das empresas do agronegócio veem esse problema como obstáculo, contra 11% na média geral.

P: O que impede a sua organização de implementar a transformação digital?



Como as organizações definem a transformação digital



No agronegócio, a **maturidade digital** é apontada como a principal definição de transformação digital, mencionada por 31% das empresas, apenas quatro pontos percentuais acima da média geral de 27%. Isso indica que, embora o setor atribua uma importância ligeiramente maior ao estágio de desenvolvimento e uso de tecnologias digitais, suas prioridades estão amplamente alinhadas com as de outras indústrias.

Outra prioridade é a **competitividade e sustentabilidade**, citada por 25% das empresas do agro, em comparação com 19% de todos os setores, o que mostra a importância da digitização para fortalecer a posição das empresas no mercado.

Por outro lado, apenas 16% do **agronegócio vê a melhoria de processos e eficiência operacional** como parte central da transformação digital, contra 26% da média geral. Além disso, o setor dá menos ênfase a **clientes e mercado** (9% contra 22% da média), possivelmente pelo foco predominante do agronegócio em modelos B2B e relacionamentos de longo prazo, com menor ênfase na experiência do consumidor final.

Outros aspectos como **cultura e liderança** e **automação** receberam pouca atenção, seguindo uma tendência comparável à média geral.

O que é transformação digital

P: Qual a melhor definição da transformação digital na sua organização?

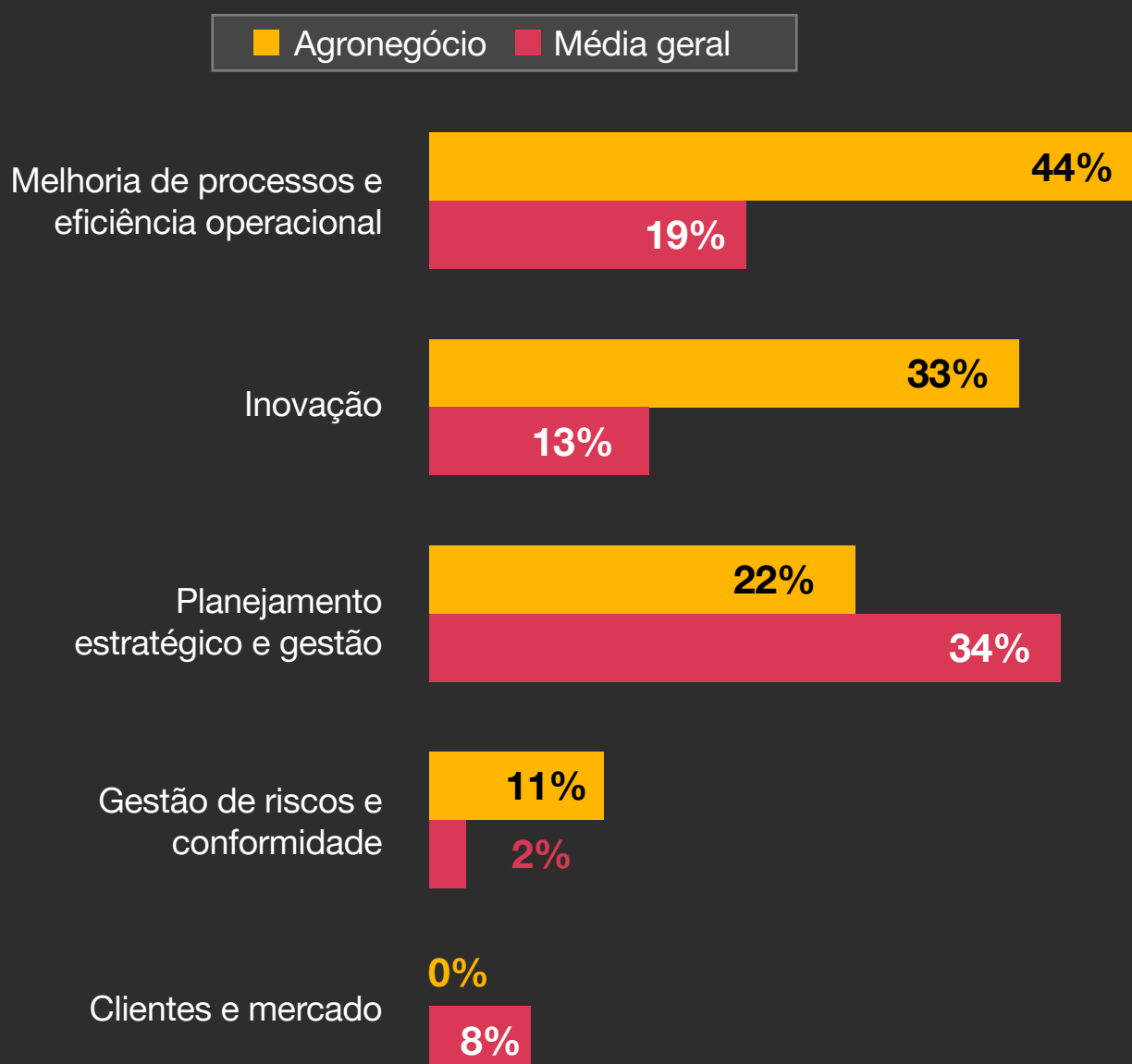
■ Agronegócio ■ Média geral



No desenvolvimento de estratégias digitais, o foco das empresas do agronegócio está em **melhorar processos e a eficiência operacional**. Essa definição para o que significa desenvolver uma estratégia digital é mencionada por 44% dos participantes do setor, em comparação com apenas 19% da média geral.

O agronegócio também dá mais importância à **inovação**, com 33% das empresas citando esse aspecto como central, em comparação com apenas 13% de todos os setores. Por outro lado, apenas 22% mencionam **planejamento estratégico e gestão** como parte essencial da estratégia digital, em contraste com 34% da média geral, o que pode sugerir uma menor ênfase no alinhamento estratégico em suas iniciativas digitais.

P: Qual a melhor definição sobre o desenvolvimento de uma estratégia digital na sua organização?



Como os líderes entendem a transformação digital

O agronegócio destaca **modelo analítico e melhoria de processos e visão estratégica e futuro do negócio** como os principais focos da transformação digital, ambos com 70% das respostas, de forma similar aos outros setores. No entanto, o agronegócio coloca menos ênfase no **desenvolvimento tecnológico com foco em clientes** (42% contra 53% nos outros setores) e no **desenvolvimento de novos produtos/serviços** (30% contra 41%). Isso sugere menor prioridade para a inovação voltada para o cliente e a criação de novos produtos.

Aspectos como **pesquisa e desenvolvimento, cultura, e inserção no ecossistema de startups** têm pouca relevância no agronegócio, mostrando que o setor ainda está mais voltado para a melhoria interna e eficiência operacional, com menos foco em inovação disruptiva e parcerias com startups.



P: Quais dos seguintes termos resumem da melhor forma o entendimento sobre transformação digital na sua organização?

■ Agronegócio ■ Média geral

Modelo analítico e melhoria de processos



Visão estratégica e futura do negócio



Desenvolvimento tecnológico com foco em clientes



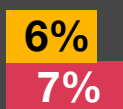
Desenvolvimento tecnológico interno



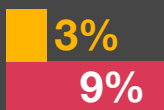
Desenvolvimento de novos produtos/serviços



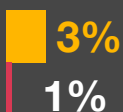
Pesquisa e desenvolvimento



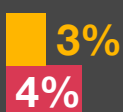
Inserção no ecossistema de startups



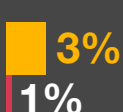
Cultura



Propriedade intelectual



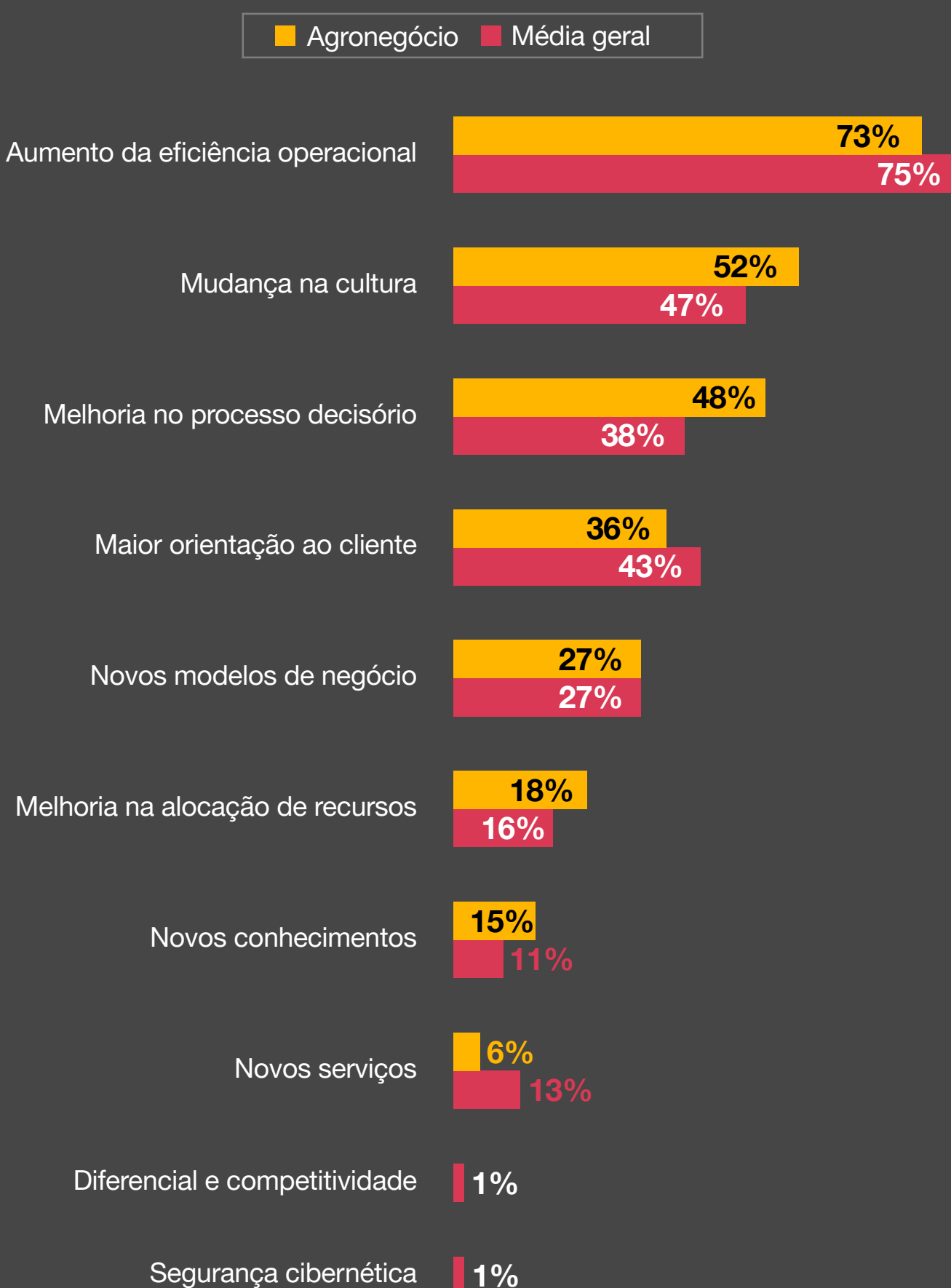
Investimentos corporativos de risco



Resultados esperados

O **aumento da eficiência operacional** é apontado como o principal impacto no agronegócio, com 73% das empresas identificando essa melhoria, embora um pouco abaixo dos 75% de todos os setores. A **mudança na cultura organizacional** também é destacada por 52% das empresas do agronegócio, percentual um pouco acima dos 47% da média geral, o que indica que o setor reconhece a necessidade de uma transformação cultural para apoiar a digitização.

P: Qual impacto a transformação digital traria para a sua organização?



Oportunidades de melhoria

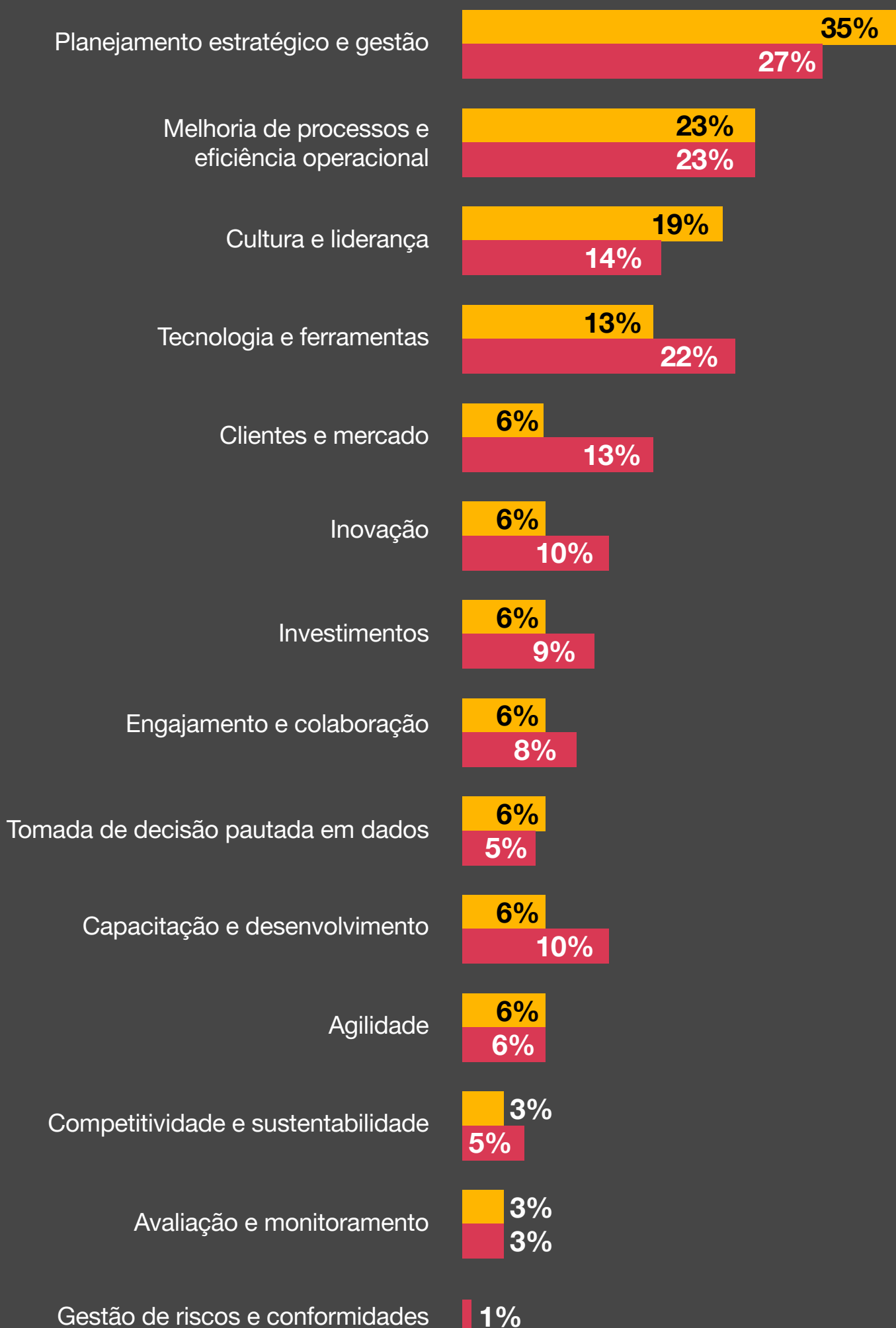


Planejamento estratégico e gestão é o item destacado como a principal área de melhoria para a estratégia de transformação digital no agronegócio, com 35% de menções, em comparação com 27% na média geral. **A melhoria de processos e eficiência operacional** também aparece com destaque, com 23% tanto no agronegócio quanto nos demais setores. No entanto, o agronegócio parece menos preocupado com **tecnologia e ferramentas** (13% contra 22% no geral). O dado sugere que as empresas do setor ainda não priorizam tanto a atualização tecnológica e as mudanças culturais.

Estratégia de transformação digital

■ Agronegócio ■ Média geral

P: Quais seriam as oportunidades de melhoria para a estratégia de transformação digital na sua organização?



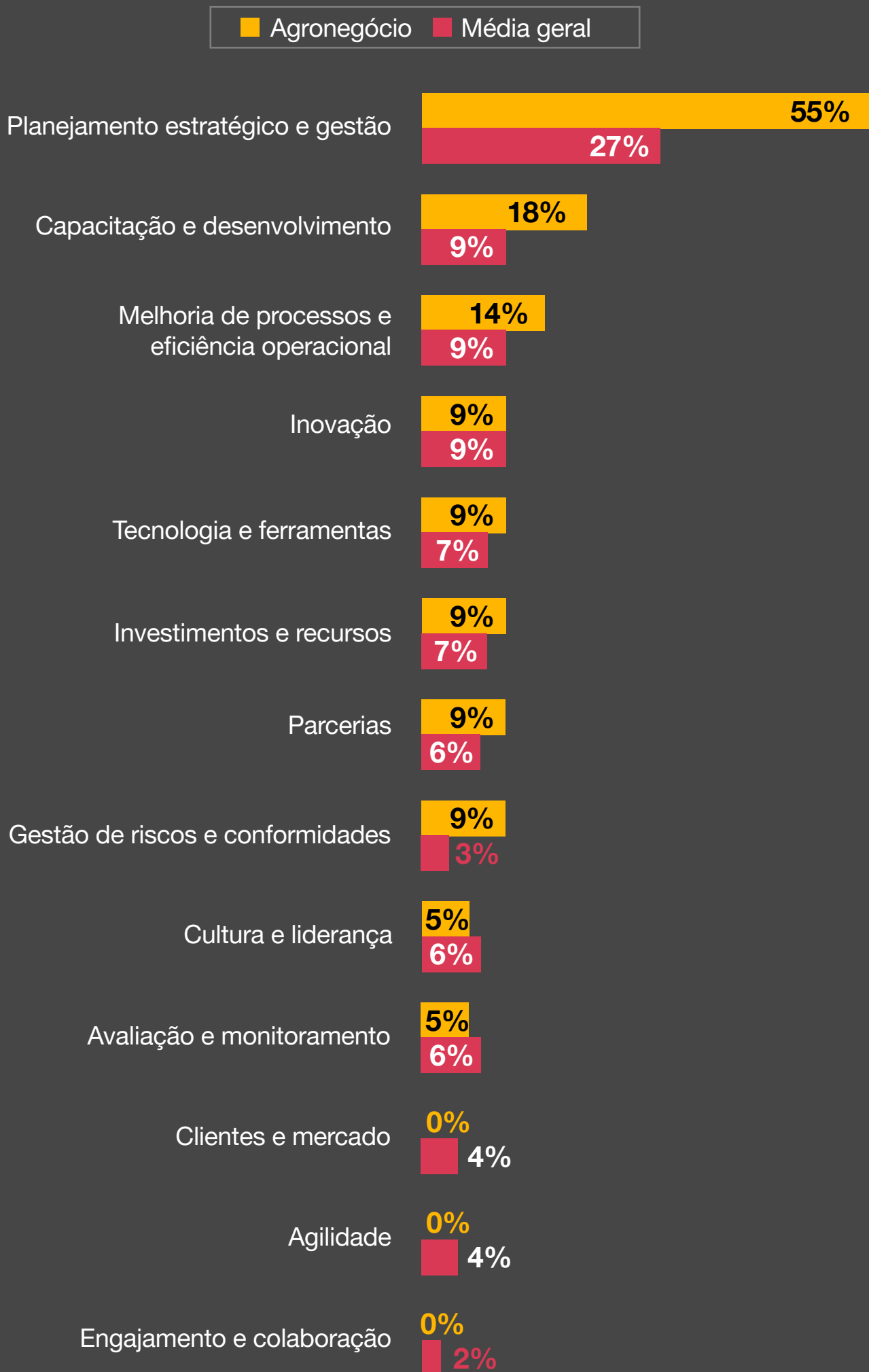
O item **planejamento estratégico e gestão** também representa, de longe, a maior oportunidade de melhoria para o desenvolvimento da estratégia de transformação digital, com 55% de menções, em contraste com 27% na média de todos os setores. Isso indica uma necessidade clara no agronegócio de melhorar a capacidade de planejar e gerir a transformação digital de forma estruturada e de longo prazo.

Outras áreas como **capacitação e desenvolvimento** (18%) e **melhoria de processos e eficiência operacional** (14%) apresentam oportunidades de melhoria mais importantes no agronegócio do que nos outros setores. No entanto, aspectos como **clientes e mercado**, **agilidade**, e **engajamento e colaboração** são completamente ignorados pelas empresas do agronegócio (0%) como oportunidades de melhoria.



Desenvolvimento da estratégia de transformação digital

P: Quais seriam as oportunidades de melhoria para o desenvolvimento da estratégia de transformação digital na sua organização?



Tecnologias de fronteira adotadas

A **Internet das Coisas (IoT)** é amplamente adotada no agronegócio, com 45% das empresas mencionando essa tecnologia, em contraste com apenas 9% na média de todos os setores pesquisados. O dado reflete a importância do uso da IoT, por exemplo, no monitoramento de máquinas, sensores no campo e automação de processos agrícolas.

A inteligência artificial também tem destaque, sendo adotada por 36% das empresas do setor, percentual bem superior à média geral de 20%. Essa tecnologia é empregada para melhorar a eficiência em diversas áreas, como previsões de safra, automação de processos e análise de dados.

Outras tecnologias, como **contratos digitais (9%)** e **digital twins (9%)**, têm uma adoção mais limitada em todos os setores.

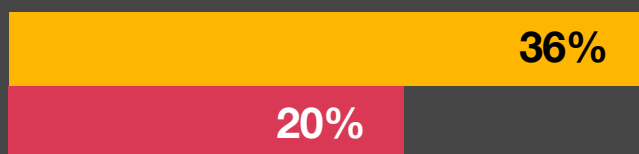
P: Quais seriam as principais tecnologias de fronteira adotadas pela sua organização e não citadas acima?

■ Agronegócio ■ Média geral

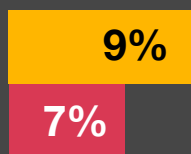
Internet das coisas (IoT)



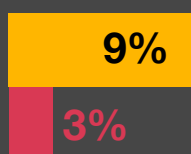
Inteligência artificial



Contratos digitais



Digitais twins



Outros

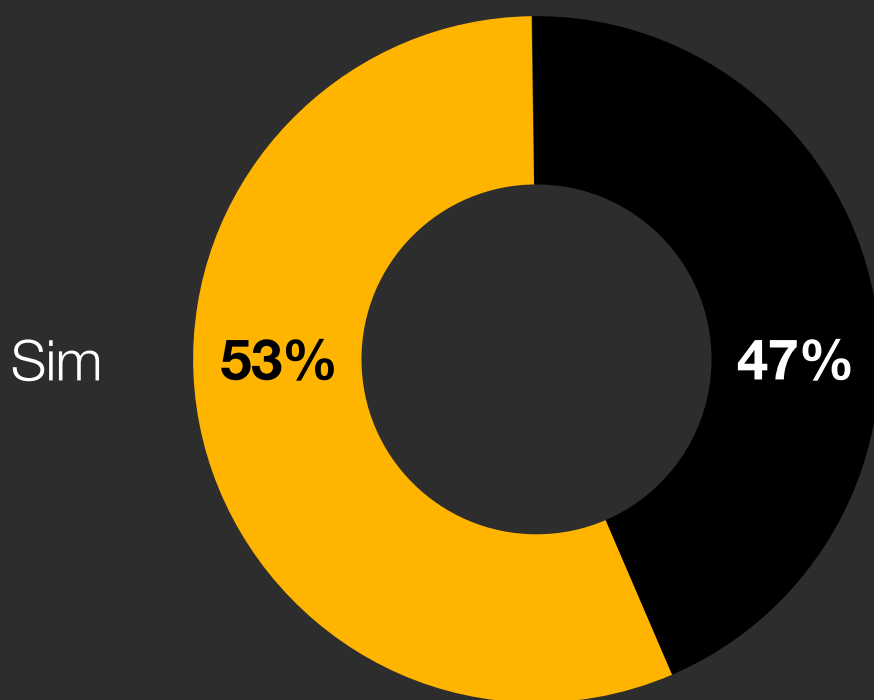


ESG na transformação digital

Pouco mais da metade das empresas do agronegócio avalia os impactos da transformação digital em sua estratégia ESG (sigla para ambiental, social e governança). Isso indica uma oportunidade de melhoria para integrar o potencial da tecnologia com práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, evidenciando uma necessidade de maior conscientização e ação em relação ao tema.

Avaliam os impactos da transformação digital na estratégia ESG

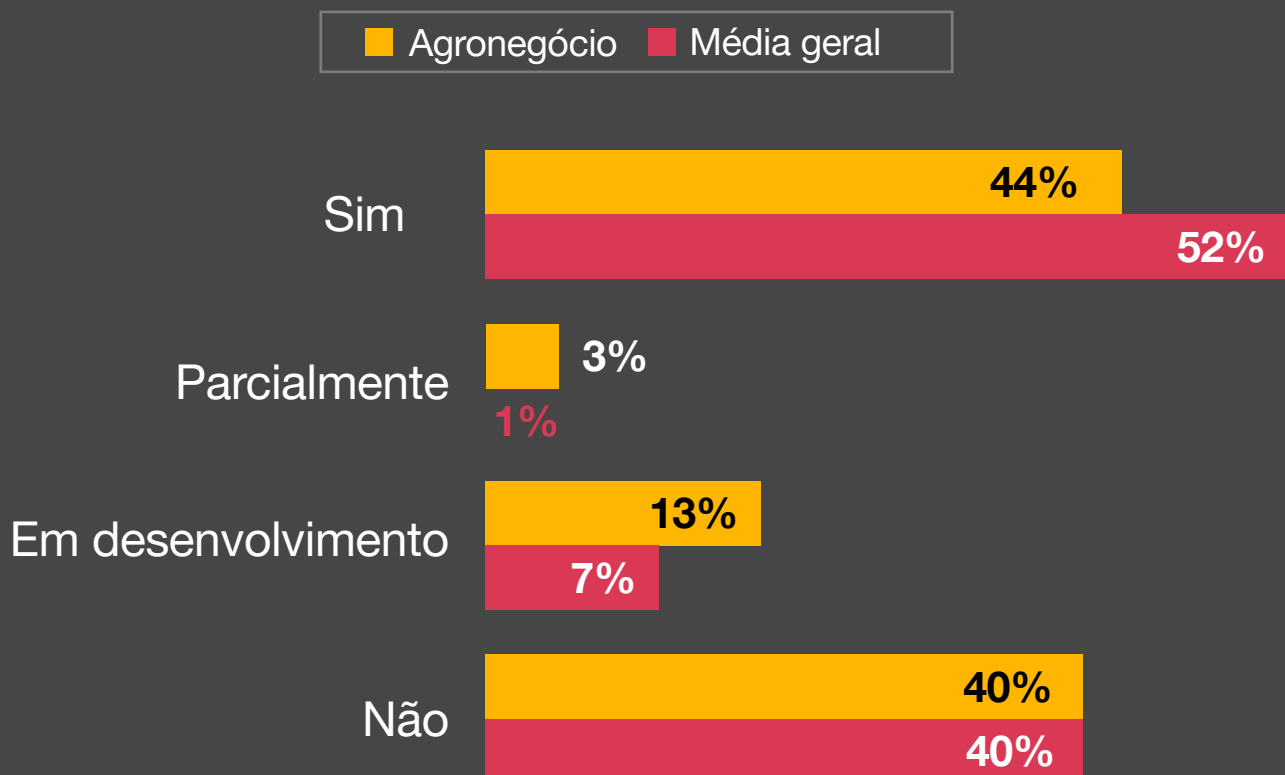
P: Na sua organização, existe uma avaliação dos impactos da transformação digital na estratégia ESG?



A adoção de tecnologias digitais nas práticas ESG no agronegócio está em ritmo mais lento que nos demais setores, com 43% das empresas do agro já utilizando essas tecnologias, em comparação a 52% da média geral. No entanto, o maior percentual de iniciativas em desenvolvimento no agronegócio (13% contra 7%) indica um esforço crescente para alcançar essa transformação.

Adoção de tecnologias nas práticas ESG

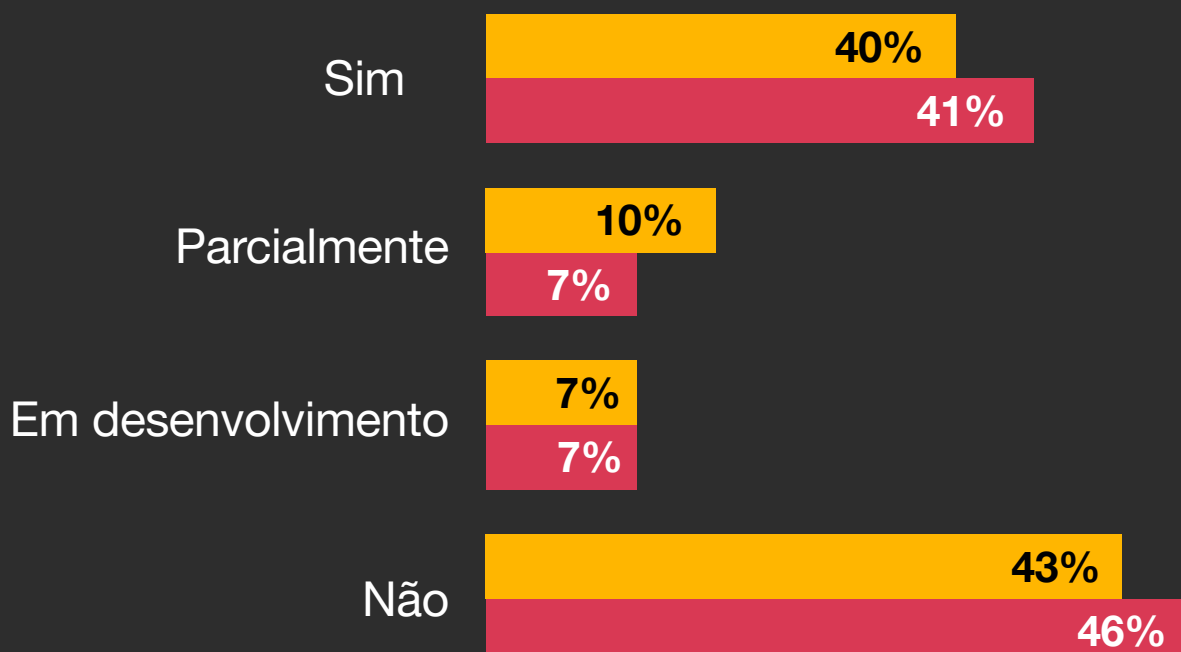
P: Na sua organização, adotam-se tecnologias digitais na materialidade das práticas ESG?



Grande parte (44%) ainda não integrou completamente as competências para a transformação digital com os temas de ESG – um resultado semelhante à média geral de todos os setores. No entanto, 40% das empresas do agronegócio já adotam essas práticas, o que indica um alinhamento estratégico entre transformação digital e ESG.

Integração com temas ESG

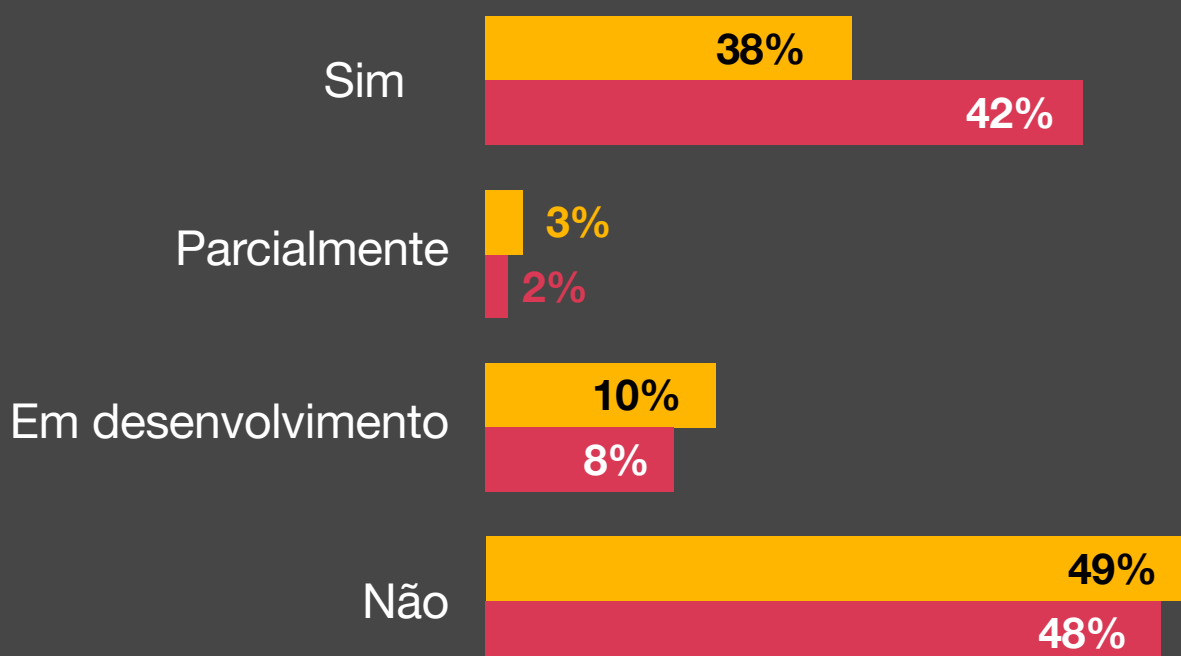
P: Na sua organização, as competências para a transformação digital estão integradas aos temas ESG?



O agronegócio apresenta um desempenho ligeiramente pior em relação aos demais setores na adoção de tecnologias para mitigação de riscos no contexto ESG. Ao todo, 38% das empresas do agro afirmam adotar essas tecnologias, em comparação com uma média geral de 42%. O percentual de empresas que não adotam essas tecnologias é semelhante à média geral, mas o agro tem uma maior proporção de empresas em desenvolvimento (10% contra 8%) e uma adoção parcial um pouco maior (3% contra 2%).

Adoção de tecnologias para mitigação de riscos

P: Na sua organização, existe a adoção de tecnologias digitais para a mitigação de riscos e práticas ESG envolvendo todos os *stakeholders*?



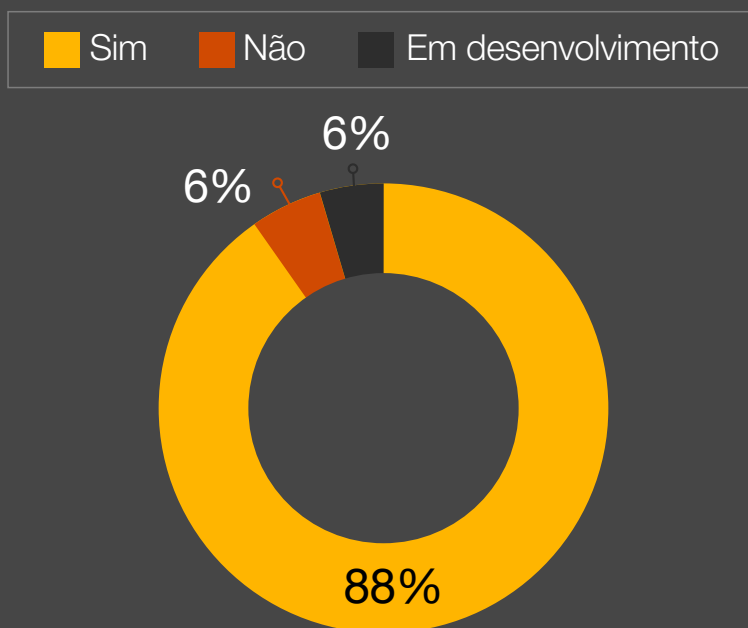
Obs.: os percentuais nem sempre somam 100% por questões de arredondamento.

Compliance e transformação digital

O agronegócio está abaixo da média geral no que diz respeito à inclusão de ética no uso de dados e tecnologias, com mais empresas em desenvolvimento ou sem essas práticas implementadas: 87% consideram o uso ético e moral de dados como parte de suas estratégias, em comparação com 92% das organizações de todos os setores.

Ética no uso de dados e tecnologias

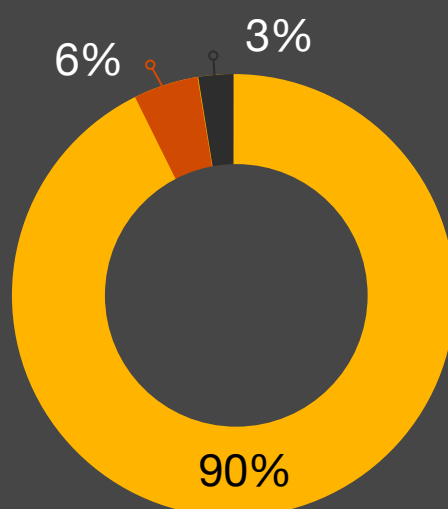
P: Na sua organização, as aplicações morais e éticas para o uso de dados e novas tecnologias digitais fazem parte da estratégia organizacional e segurança da informação?



O setor também está um pouco abaixo da média em termos de alinhamento da segurança da informação com governança e *compliance*: 90%, em comparação com 95% da média geral. Além disso, enquanto 6% das empresas no agro afirmam não ter esse alinhamento, na média geral esse percentual é de 2%.

Alinhamento da segurança da informação com a governança e o *compliance*

P: Na sua organização, a segurança da informação está alinhada aos processos de governança e *compliance*?



Obs.: os percentuais nem sempre somam 100% por questões de arredondamento.



Considerações finais

O agronegócio brasileiro vive um momento estratégico de evolução digital, com oportunidades para aumentar sua competitividade. Embora a maturidade digital do setor esteja abaixo da média de outras indústrias, o avanço já iniciado em áreas como clientes digitais e a adoção de tecnologias como a Internet das Coisas (IoT) mostram um potencial considerável. O uso da IoT no agronegócio, por exemplo, está bem acima da média de outros setores, evidenciando o valor dessas inovações na otimização de processos e no aumento da eficiência operacional.

No entanto, há espaço para melhorias. A maioria das empresas adota uma abordagem seletiva para investimentos tecnológicos, o que limita sua capacidade de competir em um ambiente cada vez mais digital. Além disso, há obstáculos internos, como a resistência à mudança e a falta de uma visão clara para negócios digitais. Superando esses desafios, o setor pode acelerar sua transformação digital e abrir novas frentes de inovação.

O planejamento estratégico e a gestão aparecem como as principais oportunidades de avanço, destacando-se como fatores cruciais para estruturar uma transformação digital de longo prazo. A melhoria de processos e a busca por eficiência operacional são prioridades claras e áreas em que o setor já apresenta foco significativo. Ao combinar investimentos focados em inovação com uma abordagem mais integrada e estratégica, as empresas podem impulsionar sua competitividade de forma sustentável, garantindo alinhamento com as demandas de um mercado global em rápida transformação.

Com esforços coordenados para superar os obstáculos humanos e culturais e um compromisso com a inovação contínua, o agronegócio tem plenas condições de expandir seu protagonismo digital e se consolidar como um setor cada vez mais eficiente, competitivo e preparado para o futuro.

Metodologia

Análise quantitativa

1. Entrevistamos executivos de diversas organizações com base em um questionário que continha:
 - Questões fechadas, utilizando uma escala de 1 a 6, para avaliar dez aspectos da maturidade digital das organizações.
 - Perguntas abertas sobre as principais transformações digitais ocorridas nas organizações nos últimos cinco anos.
2. Geramos o Índice de Transformação Digital do Brasil (ITDBr), em uma escala de 1 a 6, a partir da análise quantitativa das respostas às questões fechadas.
3. Realizamos uma análise qualitativa das respostas às perguntas abertas para compreender em profundidade as principais transformações digitais destacadas pelos executivos em suas organizações.
4. Conduzimos uma análise cruzada dos dados quantitativos e qualitativos para interpretar os resultados de forma coerente.

Os dados foram tratados por sistemas especializados econômicos, com o apoio de metodologia própria da FDC (Plataforma Forecasting/FDC) para estudos de cada uma das dimensões selecionadas.

Para mais detalhes sobre a metodologia, consulte o relatório do [Índice Transformação Digital Brasil 2024](#).



Contatos

PwC Brasil

Somos um network de firmas presente em 151 territórios, com mais de 360 mil profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações.



Denise Pinheiro

Sócia e líder de Transformação Digital
denise.pinheiro@pwc.com



Mauricio Moraes

Sócio e líder do setor de Agribussines da PwC Brasil e CEO do PwC Agtech Innovation
mauricio.moraes@pwc.com



David Morrell

Sócio e líder de Customer Experience & Transformation
david.morrell@pwc.com



Fabio Pereira

Diretor do Centro de excelência em Agronegócio
fabio.pereira@pwc.com



Isadora Faria

Gerente sênior de Transformation
isadora.faria@pwc.com



Acesse o site:

www.pwc.com.br

Siga a PwC nas redes sociais:



Neste documento, "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2024 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.

Contatos

Fundação Dom Cabral

A FDC é uma escola de negócios brasileira com quase 50 anos, que está entre as melhores do mundo e na 7ª posição no ranking de instituições de educação executiva do jornal inglês “Financial Times” de 2023. Cerca de 46 mil profissionais passaram pela instituição em 2022.



Hugo Tadeu

Diretor do Núcleo de Inovação e Tecnologias Digitais da FDC

Pós-doutor pela Sauder School of Business, Canadá
hugo.tadeu@fdc.org.br



Jersone Tasso

Professor associado do Núcleo de Inovação e Tecnologias Digitais da FDC. Pós-Doc pela University of Texas at El Paso, EUA.

jersone.associado@fdc.org.br



Bruna Dias Diniz

Pesquisadora do Núcleo de Inovação e Tecnologias Digitais da FDC

bruna.diniz@fdc.org.br

FDC FUNDAÇÃO
DOM CABRAL

