O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS BRASILEIRAS: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.

Rinaldi da Silva Corrêa
Mestre em Administração pela UNIMEP – Universidade Metodista de Piracicaba. Especialista em Gestão Estratégica de empresas e Negócios e Bacharel em Administração. Professor Universitário – rinaldi.correa@facp.com.br

RESUMO

A transformação digital tem se concretizado como um dos mais relevantes vetores de mudança na administração na era pós-modernista, modificando de maneira significativa os modelos atuais de planejamento estratégico e a maneira com que é executado as principais estratégias empresariais. Este artigo pretendeu analisar, por meio de uma revisão bibliográfica, os principais impactos da transformação digital na gestão estratégica de empresas brasileiras. O estudo evidencia que a adoção de tecnologias modernas, como inteligência artificial (IA), Big Data, Internet das coisas (IoT) e automação, exige dos administradores novas competências e uma visão mais integrada e flexível da gestão. Constatou-se que o sucesso da transformação digital depende não apenas de investimentos tecnológicos, mas, sobretudo, de uma cultura organizacional orientada à inovação e à aprendizagem contínua. O estudo contribui para a compreensão do papel estratégico do administrador frente aos desafios e oportunidades da era digital.

PALAVRAS-CHAVE: 1. Transformação Digital. 2. Gestão Estratégica. 3. Empresas Brasileiras. 4. Inovação. 5. Tecnologias

1 – INTRODUÇÃO

A transformação digital já está consolidada como um elemento central na estratégia de empresas na era pós-modernista em todo o globo, incluindo evidentemente o Brasil. O aparecimento de novas tecnologias, aliado à crescente digitalização de processos, tem alterado de maneira significativa a forma como as

organizações planejam e executam suas estratégias (PORTER; HEPPER, 2015; DRUCKER, 2007).

No cenário atual brasileiro, empresas de diversos setores têm adotado soluções digitais para aprimorar sua eficiência, diminuir custos, inovar e aumetar competitividade. Entretanto, a transformação digital vai muito além da tecnologia: envolve cultura organizacional, novos estilos de liderança, mudança de processos, capacitação e treinamento de colaboradores e principalmente adaptação à dinâmica do mercado (SOUZA; TEIXEIRA, 2021).

Frente a esse atual cenário, este estudo visa revisar a literatura existente para compreender como a transformação digital impacta a gestão estratégica de empresas brasileiras, identificando desafios, oportunidades e práticas bem-sucedidas.

Vale aqui ressaltar que essa transformação digital já é reconhecida como um fenômeno global, que não apenas altera a forma como as empresas atuam no mercado, mas também reinventa as estratégias de gestão organizacional bem como seus modelos de negócios. No contexto brasileiro, observa-se que muitas empresas enfrentam desafios significativos na integração de tecnologias digitais com suas práticas estratégicas, liderança e pessoas, o que pode comprometer sua competitividade e capacidade de inovação, pondo em risco a longevidade do negócio. Embora existam estudos sobre transformação digital e gestão estratégica isoladamente, ainda é escassa a literatura que analise de forma consolidada como a transformação digital impacta a gestão estratégica especificamente nas empresas brasileiras, considerando suas particularidades culturais, econômicas e estruturais.

Diante desse cenário, surge a questão central da pesquisa:

De que maneira a transformação digital influencia a gestão estratégica de empresas brasileiras, e quais são os desafios e oportunidades decorrentes dessa integração?

Este problema de pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender o efeito real da digitalização sobre a tomada de decisão, inovação, eficiência operacional e competitividade no contexto nacional, oferecendo subsídios teóricos para gestores, estudantes de administração e áreas a fim, bem como pesquisadores e outras pessoas interessadas em alinhar tecnologia e estratégia de forma eficaz.

2 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 – TRASFORMAÇÃO DIGITAL

A transformação digital é reconhecida como o processo de integração de tecnologias digitais em todos os níveis de uma organização, proporcionando mudanças relevantes em processos, estratégias e cultura organizacional (COSTA; MARTINS, 2020). Não se trata apenas de adoção de novas ferramentas tecnológicas, mas principalmente, repensar modelos de negócio, processos de operação e maneiras de relacionamento com clientes, fornecedores e colaboradores (SOUZA; TEIXEIRA, 2021).

Costa e Martins (2020) acrescentam que a digitalização proporciona maior eficiência operacional, automatizando processos e racionalizando recursos, ao mesmo tempo em que possibilita a inovação em produtos, processos, serviços e modelos de negócio. Toda via, o sucesso da transformação digital depende fortemente de um alinhamento estratégico associado ao desenvolvimento de uma cultura organizacional digital, promovendo uma aprendizagem contínua e a adaptação e flexibilidade quanto às mudanças do mercado (SOUZA; TEIXEIRA, 2021).

Oliveira e Santos (2019) corroboram com a opinião de que a digitalização impacta diretamente a relação com os consumidores finais de produtos ou serviços, permitindo maior personalização de atendimentos e decisões estratégicas, de forma personalizada e embasadas completamente em dados. Já para Melo e Carvalho (2021), afirmam que a transformação digital é um processo contínuo e ininterrompível, exigindo reestudos constante de processos internos, treinamento de colaboradores e integração de tecnologia à estratégia organizacional.

Até esse ponto, já podemos entender de forma bem absoluta, sobre os principais fundamentos da transformação digital. Mas como podemos entender a relação com a gestão empresarial? Passamos então à compreensão dessa parte no próximo sub tópico.

2.2 – GESTÃO ESTRATÉGICA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Gestão estratégica pode ser definida como o processo de elaboração, implementação e controle de ações direcionadas para o alcance de objetivos organizacionais de longo prazo (HILL; JONES, 2013). Drucker (2007) reforça que a inovação deve estar centralizada em todo o processo do planejamento estratégico

empresarial, sendo um fator crítico para a sustentabilidade e competitividade de qualquer estrutura de negócios.

No contexto da transformação digital, a gestão estratégica passa a ser mais dependente de decisões baseadas em dados, estudos e análises preditivas e ferramentas digitais que sustentam a tomada de decisão (PORTER; HEPPELR, 2015). Para Cunha e Reis (2020), as empresas brasileiras que conseguem integrar tecnologia, cultura e estratégia conseguem alcançar de maneira mais eficaz vantagem competitiva sustentável, pois apresentam uma melhor preparação se adaptar às rápidas e contínuas mudanças do mercado.

Já Ferreira e Lima (2019) destacam que a digitalização também leva a eficiência organizacional, diminui os custos e aumenta o desempenho, mas que o sucesso depende principalmente do comprometimento dos colaboradores e do aumento de competências digitais. Dessa forma, a transformação digital e a gestão estratégica não podem ser tratadas como processos isolados e distintos: precisam caminhar e progredir juntas, integrando cada vez mais inovação tecnológica aos objetivos maiores da empresa.

2.3 – TECNOLOGIAS DIGITAIS QUE INFLUENCIAM A GESTÃO ESTRATÉGICA

As estratégias empresariais modernas dependem cada vez mais da adoção de tecnologias digitais que permitem às empresas tomar decisões mais rápidas e assertivas, sempre embasadas em dados. No contexto brasileiro, essas tecnologias têm se mostrado essencialmente importantes para aumentar a competitividade, proporcionar inovação e aprimorar cada vez mais o desempenho organizacional (COSTA; MARTINS, 2020; SOUZA; TEIXEIRA, 2021).

Passamos agora a conhecer mais de perto algumas dessas tecnologias causadoras dos impactos na gestão estratégica das empresas brasileiras:

Big Data e Analytics:

Refere-se ao quase infinito conjunto de dados que uma organização garimpa, processa e analisa para gerar insights estratégicos. Sobre isso, na opinião de Oliveira e Santos (2019), o uso de Big Data permite garimpar e identificar padrões de comportamento do consumidor, turbinar processos e dar suporte às decisões estratégicas de forma totalmente embasada em dados coletados. Já a aplicação de Analytics possibilita transformar esses dados em informações 100% assertivas e

acionáveis, contribuindo para a formulação de estratégias mais precisas e alinhadas aos objetivos maiores das empresas (MELO; CARVALHO, 2021).

Inteligência Artificial (IA)

A Inteligência Artificial tem sido adotada para automatizar processos com altab complexidade, prever tendências de mercado e personalizar experiências de clientes. Segundo Souza e Teixeira (2021), a IA permite simulações de cenários estratégicos, visão antecipada de riscos e aprimoramento e maiores certezas nas decisões, transformando o gerenciamento mais proativo e menos reativo. No Brasil, empresas que aplicam IA em seus planejamentos estratégicos alcançam maior desempenho na adaptação às mudanças do mercado.

Por essa razão, podemos afirmar que a Inteligência Artificial (IA) tem se tornado um pilar central na gestão estratégica das empresas modernas, permitindo decisões mais rápidas, precisas e personalizadas. No contexto brasileiro, a IA já é aplicada em diversos setores, desde finanças e logística até marketing e atendimento ao cliente, ajudando empresas a obter vantagem competitiva (SOUZA; TEIXEIRA, 2021).

Adicionado a isso, a IA permite que empresas analisem grandes volumes de dados de forma rápida e automatizada, identificando padrões e tendências que seriam praticamente impossíveis de perceber manualmente. Na opinião de Oliveira e Santos (2019), essa capacidade de análise estratégica possibilita antecipar visões de cenários de mercado, prever demandas e reconfigurar rapidamente planos e metas corporativas. Por essa razão, empresas que adotam IA conseguem proporcionar experiências mais personalizadas aos clientes. Algoritmos de recomendação, chatbots inteligentes e sistemas de CRM baseados em IA auxiliam de maneira muito assertiva, adaptar produtos, serviços e comunicações às preferências individuais, dilatando a satisfação e fidelização desses clientes (MELO; CARVALHO, 2021).

Dessa maneira, há uma lógica bastante concreta de se afirmar que a Inteligência Artificial, não é apenas uma ferramenta tecnológica, mas passou a ser nesse contexto, um elemento estratégico capaz de transformar a gestão empresarial.

Computação em Nuvem (Cloud Computing)

A computação em nuvem possibilita a estocagem, processamento e compartilhamento de enormes volumes de informações, de forma totalmente segura e escalável. Segundo Costa e Martins (2020) reforçam que a cloud computing permite integração entre diferentes áreas da empresa, corte de custos com infraestrutura tecnológica, proporcionando maior flexibilidade para implementar estratégias digitais.

Em termos mais simples, a computação em nuvem consiste no fornecimento de recursos de computação — como servidores, armazenamento, bancos de dados, software e análise — por meio da internet, permitindo que empresas acessem de forma totalmente segura, uma tecnologia avançada sem a necessidade de investir em uma infraestrutura física própria e de alto custo (COSTA; MARTINS, 2020).

Apenas como exemplos, basta pensar nos seguintes casos: O Magazine Luiza adotou soluções em nuvem para integrar suas operações de e-commerce, logística e lojas físicas. A nuvem permitiu gerenciar estoques em tempo real, processar grandes volumes de pedidos e melhorar a experiência do cliente com sistemas mais rápidos e escaláveis (COSTA; MARTINS, 2020). O Nubank, banco digital brasileiro, utiliza computação em nuvem para hospedar sua plataforma de serviços financeiros, garantindo alta disponibilidade, segurança e escalabilidade. Isso permite que milhões de clientes realizem transações simultâneas sem interrupções, além de possibilitar lançamento rápido de novos produtos e atualizações contínuas (SOUZA; TEIXEIRA, 2021) e a Embraer, empresa de aviação, usa cloud computing para analisar dados de voos, manutenção e produção. A nuvem permite que equipes em diferentes regiões acessem informações em tempo real, apoiando decisões estratégicas de produção e manutenção preditiva, reduzindo custos e aumentando eficiência (OLIVEIRA; SANTOS, 2019).

Tecnologias de Comunicação e Colaboração Digital

Ferramentas digitais de comunicação, como plataformas de videoconferência, intranet corporativa e softwares colaborativos, têm papel estratégico na gestão moderna. Melo e Carvalho (2021) destacam que essas tecnologias promovem o alinhamento entre equipes, incentivam a inovação coletiva e agilizam processos de planejamento estratégico, especialmente em empresas que possuem unidades distribuídas geograficamente.

Ferramentas de Automação e ERP

De forma semelhante como uso de novas tecnologias digitais, sistemas de automação de processos e ERP (Enterprise Resource Planning) permitem padronizar operações, reduzir erros e otimizar tempo e recursos e garantir informações precisas e relevantes. Ferreira e Lima (2019) afirmam que essas tecnologias proporcionam uma visão holística e integrada da empresa, facilitando a tomada de decisão estratégica e o acompanhamento de indicadores de desempenho.

Internet das Coisas (IoT)

A Internet das Coisas (Internet of Things – IoT) pode ser entendido como um conceito que descreve a conexão de objetos físicos à internet, permitindo que eles coletam, troquem e analisem dados de forma autônoma, sem intervenção humana constante. Na verdade, a IoT representa uma nova fronteira da transformação digital, integrando produtos inteligentes, sensores e sistemas de gestão conectados em rede.

Dentro do contexto empresarial, a IoT permite monitorar processos, otimizar operações e criar novos modelos de negócio baseados em dados. Por exemplo, sensores instalados em máquinas industriais enviam informações em tempo real sobre desempenho e manutenção, possibilitando redução de falhas e aumento de produtividade (COSTA; MARTINS, 2020). Essa tecnologia permite que dispositivos conectados coletem e compartilhem informações em tempo real com imensa velocidade, oferecendo insights estratégicos sobre produção, logística, consumo e comportamento do cliente. Oliveira e Santos (2019) afirmam que a IoT oferece decisões mais rápidas, gestão eficiente de recursos e melhoria da experiência do consumidor.

A fim de proporcionar uma visão mais prática, pense nos seguintes exemplos:

Agronegócio – Agricultura de Precisão

Empresas como a John Deere, a Stara e startups brasileiras de tecnologia agrícola utilizam IoT para monitorar a umidade do solo, temperatura, irrigação e rendimento das lavouras. Sensores e drones enviam dados em tempo real para plataformas de gestão agrícola, possibilitando uso racional de insumos, aumento da produtividade e sustentabilidade ambiental (COSTA; MARTINS, 2020).

Indústria – Manufatura Inteligente

Na indústria, empresas como Embraer e WEG aplicam IoT em suas linhas de produção por meio de sensores que monitoram vibração, temperatura e desempenho de equipamentos. As informações coletadas ajudam a implementar manutenção preditiva, evitando falhas e reduzindo custos de parada de máquinas (OLIVEIRA; SANTOS, 2019).

Dessa forma, a Internet das Coisas é considerada uma das principais tecnologias da transformação digital, conectando o mundo físico e o digital e possibilitando gestão estratégica mais ágil, integrada e orientada por dados (OLIVEIRA; SANTOS, 2019).

A adoção de tecnologias digitais como Inteligência Artificial (IA), Computação em Nuvem (Cloud Computing) e Internet das Coisas (IoT) representa um marco na redefinição dos modelos de gestão estratégica das empresas brasileiras comprovam o

grande impacto nos modelos estratégicos das empresas. Tais inovações têm proporcionado uma profunda transformação na forma como as organizações coletam, processam e utilizam dados para a tomada de decisão e para a criação de valor.

De acordo com Costa e Martins (2020), o ambiente empresarial contemporâneo é caracterizado pela velocidade das mudanças tecnológicas e pela necessidade de constante adaptação estratégica. Essas tecnologias, quando combinadas, não apenas otimizam processos internos, mas também criam oportunidades para novos modelos de negócio, personalização de produtos e inovação contínua. Conforme destacam Melo e Carvalho (2021), o uso estratégico dessas ferramentas é um diferencial competitivo essencial para empresas que desejam manter relevância e sustentabilidade em mercados cada vez mais digitais e dinâmicos.

Dessa forma, podemos entender que incorporar as tecnologias digitais na gestão estratégica não é mais uma opção, mas sim uma condição necessária para a sobrevivência organizacional e para a construção de vantagens competitivas duradouras (CUNHA; REIS, 2020).

3 – METODOLOGIA

Este estudo adota uma metodologia de pesquisa qualitativa com o cunho focado na revisão bibliográfica de literatura nacional e internacional, incluindo artigos científicos, livros e relatórios de mercado. A pesquisa buscou identificar trabalhos que abordassem a relação entre transformação digital e gestão estratégica, especialmente no contexto brasileiro, utilizando bases como Scielo, Google Scholar e periódicos da CAPES e artigos acessados pelo Google Acadêmico. A análise foi qualitativa e interpretativa, visando sintetizar os principais impactos, desafios e oportunidades observados.

4 – RESULTADOS

De acordo com Souza e Teixeira (2021), as principais barreiras enfrentadas pelas empresas brasileiras é justamente uma cultura mais conservadora que apresenta resistência à mudança de cunho processual, lacunas e falta de recursos financeiros na capacitação tecnológica e dificuldades de integração entre áreas. No entanto, os benefícios da transformação digital incluem melhoria da eficiência, maior capacidade para inovação em produtos e serviços, um estreitamente no relacionamento e

comunicação com o cliente e apoio à tomada de decisão estratégica (COSTA; MARTINS, 2020; OLIVEIRA; SANTOS, 2019).

Em resumo, os estudos e pesquisas estudados mostram que o impacto da transformação digital na gestão estratégica é profundo, afetando não apenas processos internos, mas também a competitividade e a capacidade de inovação das empresas brasileiras. Os resultados da pesquisa mostram que empresas que buscam as novas tecnologias e as adotam, desenvolvem mais facilmente uma nova cultura digital e um eficiente alinhamento estratégico. Posicionam-se de maneira fortificadas frente aos seus concorrentes e estão estrategicamente preparadas para gerar valor sustentável e enfrentar os desafios de um mercado em constante transformação (MELO; CARVALHO, 2021).

5 – CONCLUSÕES

A transformação digital representa uma das mudanças mais significativas e relevantes na gestão empresarial contemporânea, redefinindo o modo como as organizações estruturam seus processos, interagem com o mercado e formulam estratégias competitivas. No contexto brasileiro, essa transição tem se mostrado um desafio e, ao mesmo tempo, uma grande oportunidade de crescimento e inovação.

A revisão bibliográfica permitiu identificar que a digitalização ultrapassa o campo tecnológico e assume um caráter estratégico e cultural, exigindo das empresas uma reconfiguração de suas estruturas organizacionais e de seus modelos de negócio (COSTA; MARTINS, 2020). Ferramentas como Inteligência Artificial (IA), Computação em Nuvem (Cloud Computing) e Internet das Coisas (IoT) e Big Data, vêm se consolidando como pilares centrais dessa nova era, possibilitando maior eficiência, agilidade e capacidade analítica (OLIVEIRA; SANTOS, 2019; MELO; CARVALHO, 2021).

Além de impulsionar a produtividade e reduzir custos, essas tecnologias contribuem para o fortalecimento da competitividade e a melhoria do processo decisório, elementos fundamentais em ambientes de negócios caracterizados pela incerteza e pela alta velocidade das transformações. Assim, a incorporação da transformação digital na gestão estratégica não se resume a uma escolha tecnológica, mas sim a uma decisão de sobrevivência e aumento da longevidade e evolução organizacional (FERREIRA; LIMA, 2019). Conclui-se, portanto, que as empresas brasileiras que investem na transformação digital de maneira planejada e integrada — alinhando

tecnologia, cultura organizacional e estratégia — estão mais bem preparadas para atuar de forma inovadora e sustentável em um mercado global cada vez mais dinâmico e competitivo.

Muito embora a presente revisão bibliográfica tenha contribuído para a compreensão do impacto da transformação digital na gestão estratégica de empresas brasileiras, o tema permanece em constante evolução e demanda estudos contínuos. A rápida disseminação de novas tecnologias — como inteligência artificial generativa, blockchain, 5G e automação avançada — aponta para a necessidade de análises mais aprofundadas e setoriais, capazes de identificar como esses avanços influenciam diferentes segmentos econômicos e modelos organizacionais.

Recomenda-se que futuras pesquisas explorem estudos de caso práticos em empresas brasileiras, permitindo verificar de forma empírica como as estratégias digitais estão sendo implementadas e quais resultados têm sido obtidos. Além disso, a investigação dos aspectos culturais, éticos e humanos da transformação digital poderá ampliar a compreensão sobre os desafios relacionados à adoção tecnológica, capacitação de equipes e mudanças organizacionais.

Assim, espera-se que este artigo sirva como base teórica e estímulo para novos estudos que aprofundem o debate sobre o papel da transformação digital na construção de estratégias empresariais inovadoras e sustentáveis, contribuindo para o fortalecimento da competitividade e do desenvolvimento econômico no Brasil.

REFERÊNCIAS

COSTA, R.; MARTINS, L. Transformação digital nas empresas brasileiras: desafios e oportunidades. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 24, n. 3, p. 45-60, 2020.

CUNHA, M. P.; REIS, A. C. Inovação e tecnologia: transformando a gestão estratégica nas organizações brasileiras. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 21, n. 1, p. 33-49, 2020.

DRUCKER, P. **Innovation and Entrepreneurship**. HarperBusiness, 2007.

FERREIRA, J.; LIMA, R. Impactos da digitalização sobre processos organizacionais e competitividade no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 22, n. 2, p. 90-107, 2019.

MELO, A.; CARVALHO, D. Transformação digital e a reinvenção das empresas brasileiras: uma análise estratégica. **Revista de Gestão e Estratégia**, v. 30, n. 1, p. 55-70, 2021.

OLIVEIRA, F.; SANTOS, R. Estratégias digitais e competitividade nas empresas brasileiras. **Revista de Administração e Inovação**, v. 16, n. 4, p. 72-88, 2019.

PORTER, M.; HEPPELR, J. How Smart, Connected Products Are Transforming Companies. **Harvard Business Review**, 2015.

SOUZA, P.; TEIXEIRA, M. Cultura organizacional e inovação digital. **Revista Brasileira de Gestão**, v. 18, n. 2, p. 101-118, 2021.