



Pesquisa Global NextGen 2024

Sucesso e sucessão no mundo da inteligência artificial

Integrando a IA generativa ao processo de sucessão, empresas familiares criam oportunidades para a próxima geração



Conteúdo

Apresentação	3
Como dar força à inovação em empresas familiares	6
Como proteger a confiança em um mundo impulsionado pela inteligência artificial	12
Como maximizar a contribuição da próxima geração	18
Seja inteligente, não rápido	23
Contato	24



Apresentação

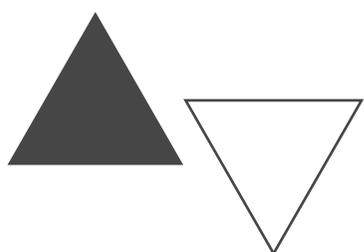
À medida que as empresas familiares se preparam para uma nova geração de líderes, uma profunda transformação está em curso, impulsionada pela força revolucionária da inteligência artificial (IA) generativa. Esse momento marca não apenas uma transição de liderança, mas também uma virada estratégica ligada à adoção de uma tecnologia inovadora dentro das empresas.

Para quem souber navegar nessa nova onda, a IA generativa será o alicerce do sucesso futuro. Acreditamos que a chave dessa transformação está com a próxima geração de líderes de empresas familiares, o grupo que chamamos de NextGen – pessoas entre 18 e 40 anos, membros de famílias que aspiram se tornar proprietários conscientes, membros influentes de conselhos ou líderes visionários.

Nossa pesquisa global com mais de 900 representantes da NextGen sugere não apenas que eles são mais otimistas em relação à IA generativa do que a geração atual, mas também que entendem a necessidade urgente de descentralizar a responsabilidade pela IA para promover uma ampla adoção dessa tecnologia em todas as dimensões de seus negócios.

89%

da NextGen no Brasil (73% no mundo) acreditam que a IA generativa é uma poderosa força de transformação, mas muitos questionam a capacidade de aproveitá-la em seu negócio familiar.



A NextGen está bastante alinhada com os CEOs globais sobre o poder transformador da IA generativa. De acordo com a [Global CEO Survey 2024](#) da PwC, 72% dos líderes empresariais no Brasil (70% no mundo) acreditam que a IA generativa mudará significativamente a maneira como seus negócios criam, entregam e capturam valor. Eles também reconhecem a importância de desenvolver uma [estratégia de IA generativa](#) que se antecipe a uma crise existencial acelerada.

Metade dos líderes nas empresas de capital fechado – incluindo as organizações familiares como um segmento crucial – afirma que seus negócios deixarão de ser viáveis em dez anos se continuarem no caminho atual.

Não se pode permitir que as empresas familiares ignorem essa transição. Elas representam uma parte substancial da economia, contribuindo com aproximadamente [70% do PIB global](#) (65% no Brasil, de acordo com dados do IBGE 2024) e empregando [60% da força de trabalho mundial](#) (75% no Brasil, de acordo com o IBGE 2024). Portanto, aproveitar o potencial da IA ultrapassa a questão da competitividade empresarial: é uma oportunidade de reconfigurar o panorama econômico global.

Como futuros proprietários de empresas e herdeiros da [maior transferência de riqueza da história](#), a próxima geração tem uma responsabilidade única com sua empresa, seus funcionários, suas famílias, o meio ambiente e a sociedade. Isso envolve uma expectativa considerável sobre a capacidade da empresa de lidar de forma responsável com [o entusiasmo, as esperanças e os temores](#) que cercam a IA generativa.

As conclusões da nossa pesquisa e as ações fundamentais que destacamos a seguir em três áreas críticas – inovação, confiança e sucessão – mostram que essas mudanças não podem ser adiadas até a próxima transição natural de propriedade entre gerações. Elas devem começar agora.



“

A construção da confiança é primordial para o sucesso das empresas familiares. Neste ambiente de disrupções tecnológicas, econômicas e climáticas, os líderes da próxima geração precisam estar preparados para agir com sabedoria e cautela, protegendo a confiança. Nosso estudo revela que eles estão empolgados com as novas tecnologias e estão mais abertos a elas do que a atual geração de líderes. Existe aqui uma oportunidade de gerar valor e impulsionar o crescimento dos negócios que não pode passar despercebida.”

Helena Rocha,
sócia e líder de Empresas Familiares da PwC Brasil

Como dar força à inovação em empresas familiares

A disposição da NextGen para explorar novas ideias e tecnologias, enfrentando os instintos mais conservadores da liderança atual, é uma tendência persistente em empresas familiares. Na verdade, cada geração tem suas próprias competências e está comprometida com um mesmo objetivo: garantir a continuidade e o legado do negócio.

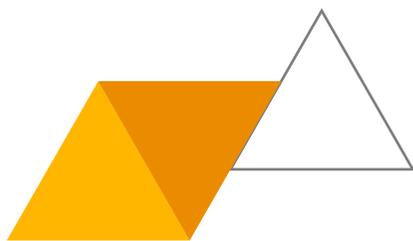
“A parte mais difícil da transformação digital é mudar a cultura do negócio para alinhá-lo a novos desafios. Isso é ainda mais difícil em uma empresa de propriedade e gestão familiares.”

Enrique Hinojosa, quarta geração, Welldex Logistics, México

Ao todo, 89% da NextGen no Brasil (73% no mundo) acreditam que a IA é uma força poderosa para a transformação dos negócios, mas eles se preocupam com a capacidade de suas empresas de sobreviver à disrupção causada pela IA generativa e aproveitar as oportunidades que ela oferece.

A NextGen está muito menos otimista do que a geração atual de líderes em relação à prontidão do negócio para adotar a nova tecnologia. Além disso, a nova geração duvida que a atual compreenda todo o potencial da IA.

Entre as vantagens que a IA pode trazer, está a de “viabilizar diversas oportunidades, como produtos e serviços avançados, tempo de comercialização mais rápido, melhor processo decisório e maiores lucros”, afirma Scott Likens, líder global de Tecnologia de IA e Inovação da PwC EUA.



A NextGen está menos otimista do que a geração atual sobre questões relacionadas à clareza de papéis, governança e competências digitais

Pergunta: até que ponto você concorda ou discorda das seguintes afirmações? (exibindo apenas respostas "concordo")

■ NextGen ■ Geração atual

Existem papéis e responsabilidades claros para os envolvidos na gestão do negócio



Temos uma estrutura de governança clara



Existe uma resistência dentro da empresa em aceitar mudanças



Obs.: os entrevistados forneceram uma resposta em uma escala de 5 pontos, de “discordo fortemente” (1) a “concordo fortemente” (5). “Concordo” é a soma dos participantes que selecionaram 4 ou 5.

Fonte: Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

Empresas familiares, que costumam abordar a inovação com mais cautela do que as de capital aberto, de fato se encontram em uma posição precária: 39% das brasileiras (49% no mundo) não começaram a explorar o uso da IA generativa.

Além disso, apenas 8% (7% no mundo) adotaram a nova tecnologia em alguma área do negócio. Em comparação, 32% dos CEOs de todos os tipos de empresas que foram ouvidos na pesquisa *CEO Survey 2024* no Brasil e no mundo afirmam [já ter implementado IA em seus negócios](#), e 34% (31% no mundo) dizem ter alterado sua estratégia de tecnologia como resultado da IA.

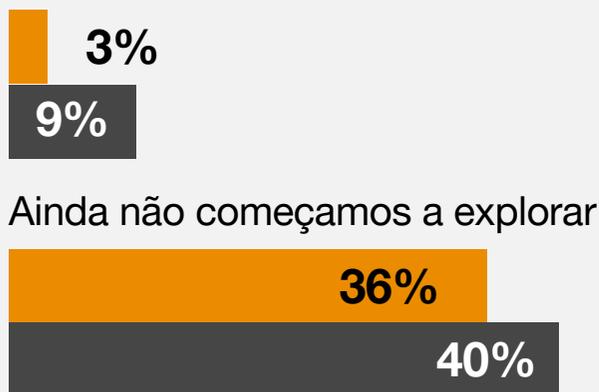
Existem sólidas razões para essa abordagem conservadora. Em qualquer empresa ou setor, a implementação da IA generativa é uma maratona e não uma prova de 100 metros rasos. Qualquer empresa precisará [encontrar o equilíbrio certo](#) entre urgência e prudência: andar muito devagar pode significar perder para os concorrentes, enquanto andar muito rápido aumenta consideravelmente os riscos.

São raras as empresas familiares que estão usando de fato a IA generativa

Pergunta: como você descreveria o atual nível de adoção da IA generativa em sua empresa familiar?

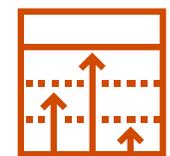
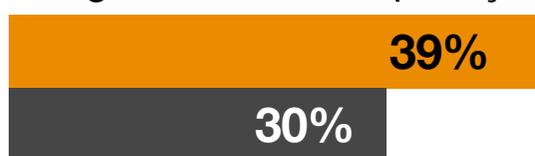
■ Brasil ■ Global

Nossa empresa atualmente proíbe seu uso



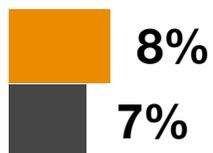
Sem atividade

Estágios iniciais de exploração



Estágio inicial

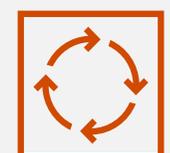
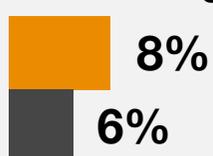
Atualmente em teste e piloto



Testada e pausada



Ativa em algumas áreas



Em uso

Ativa em muitas áreas



Fonte: Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

“O que vai convencer a geração atual será ver os resultados alcançados por segmentos que adotaram a inteligência artificial, em comparação com os que não adotaram – ainda mais quando perceberem as margens diminuindo e as dos concorrentes aumentando.”

Hristo Hristov, segunda geração, Darik Holding, Bulgária

Financiamento à inovação

As empresas familiares raramente estão na vanguarda tecnológica. Em parte devido a seu acesso restrito a capital, já que elas tendem a optar por tecnologias consolidadas, em vez das emergentes, como a IA generativa. No entanto, o cenário de investimentos parece estar mudando, o que pode indicar uma disposição maior para a inovação.

Segundo a [Pesquisa de Empresas Familiares 2023](#) da PwC, essas organizações relatam um crescimento robusto: 52% no Brasil (43% no mundo) com aumento de vendas na casa de dois dígitos no ano passado.

Além disso, o *private equity* se tornou uma opção cada vez mais atraente para empresas familiares que buscam um aporte de capital, um parceiro estratégico ou uma estratégia rápida de saída.

Pesquisas realizadas pela PwC Alemanha mostram que 90% das empresas familiares veriam com bons olhos um [investimento de private equity](#) – um salto considerável em relação aos 18% de 2011.

Próximos passos para a geração atual



Saiba o que a IA generativa pode significar para você

Empresas familiares precisam avaliar com urgência as consequências da IA generativa, sejam elas positivas ou negativas, diretas ou indiretas – inclusive as consequências de não fazer nada. Não perca mais tempo: comece a avaliação agora.



Coloque a IA na agenda do CEO e conselho

A decisão de adotar a IA generativa nos negócios deve ser um debate sobre estratégia, não sobre funções, ferramentas ou tecnologia.

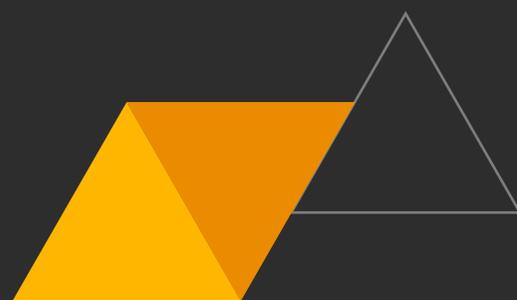
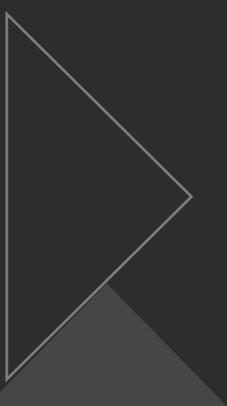
No entanto, apenas em uma minoria de empresas familiares o tema é tratado como estratégico pelo CEO ou conselho. Nas empresas restantes, ele é abordado em um nível operacional ou delegado ao líder de TI.



Priorize o *timing* e a comunicação

A gestão de patrimônio está estreitamente vinculada ao conceito de competência de propriedade, a habilidade pela qual a propriedade é utilizada para criar valor. No contexto da IA generativa, é importante acertar na estratégia, na governança e no *timing*.

Funcionários, clientes e outros *stakeholders* esperam uma liderança clara e orientação dos proprietários da empresa para superar os medos e a resistência interna – e, em última análise, estabelecer os fundamentos do crescimento e da inovação.



Próximos passos para a futura geração



Busque o diálogo

Você pode estar se perguntando se é apropriado levantar suas questões e preocupações sobre a transformação tecnológica. No entanto, se você se sentir bem preparado para entender as oportunidades e os riscos relacionados à IA generativa, não tenha medo de conversar com a atual geração na liderança. Será proveitoso para ambas as partes.



Compreenda o negócio e seus limites

Você precisa conhecer o modelo de negócios atual e os limites financeiros e organizacionais da empresa antes de questioná-los. Se não estiver familiarizado com a cultura, as capacidades e as competências do negócio, busque oportunidades para aprender e se inteirar melhor sobre elas.



Inicie ou participe voluntariamente de projetos-piloto

Abrace oportunidades de aprender, tentar e falhar para desenvolver suas habilidades e seus talentos com paixão. Use esse potencial para iniciar ou se voluntariar em projetos-piloto de IA generativa. Isso permitirá que não apenas você, mas também a organização aprendam mais rapidamente e se familiarizem com essa nova tecnologia.

Como proteger a confiança em um mundo impulsionado pela inteligência artificial

Há uma ligação intrínseca entre a confiança nos negócios e na tecnologia. O cenário em constante evolução da IA generativa pressiona consideravelmente os líderes, que devem tomar as decisões corretas para seus clientes, funcionários, o meio ambiente e a sociedade. As empresas familiares, geralmente classificadas como as instituições mais confiáveis para fazer o que é certo, estão bem posicionadas para construir confiança.

Empresas familiares precisam respeitar limites enquanto experimentam a IA generativa — e não podem se dar ao luxo de errar. De acordo com Scott McLiver, sócio de IA generativa da PwC Nova Zelândia para a Ásia-Pacífico, “o surgimento da IA generativa marca uma mudança importante na forma como as empresas criam e capturam valor. Também evidencia a resiliência e adaptabilidade das empresas familiares e põe à prova seu duradouro prêmio de confiança”.



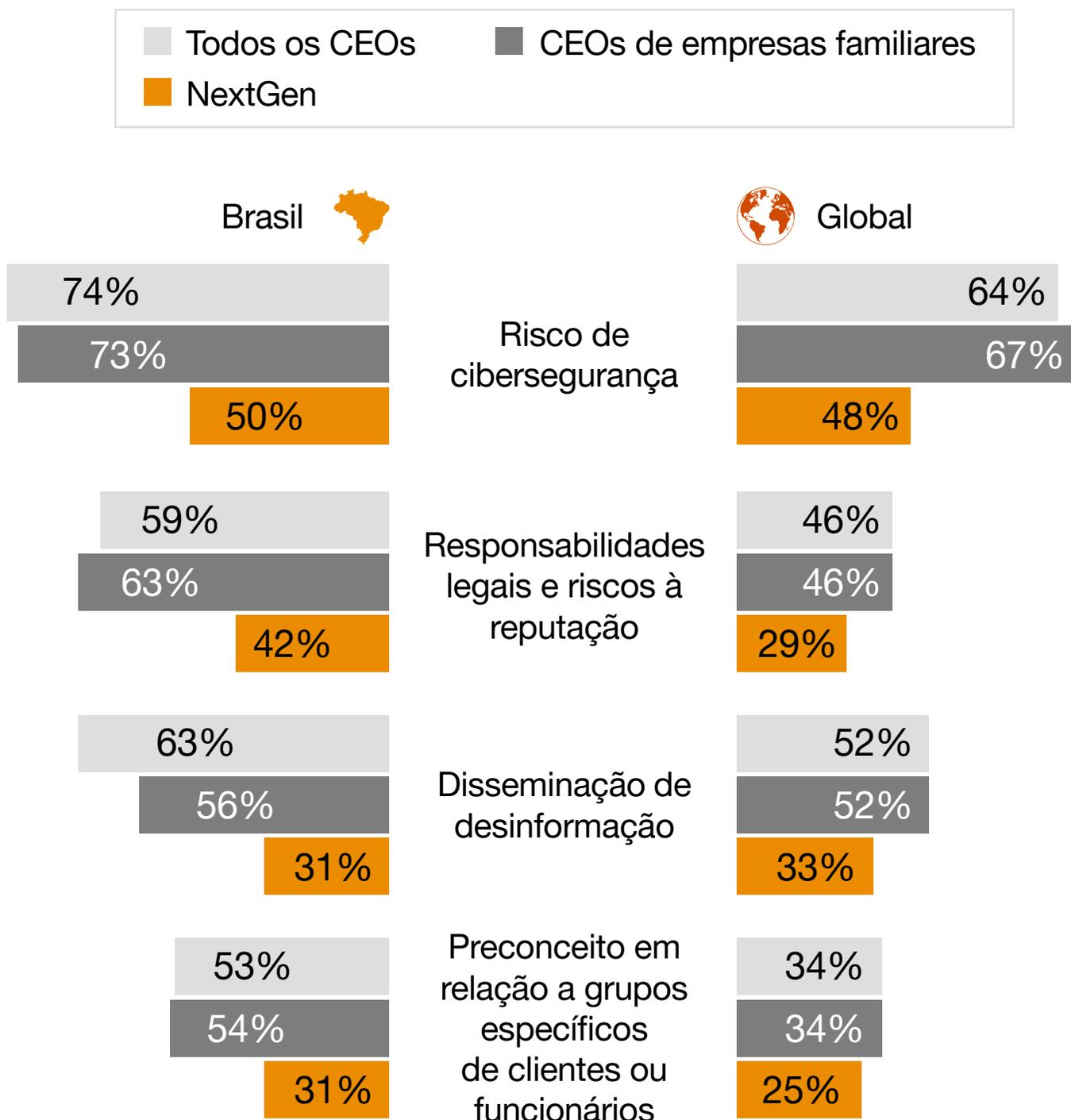
Atenção aos riscos

Os CEOs globais enxergam diversos riscos associados à IA generativa, como os cibernéticos e o possível preconceito nas decisões e ações em relação a grupos de funcionários ou clientes. CEOs de empresas familiares mostram níveis semelhantes de preocupação.

No entanto, a próxima geração está visivelmente menos preocupada – o que poderia sugerir que ela subestima os riscos associados à IA generativa ou que, como um grupo mais jovem e tecnicamente experiente, tem mais conhecimento e experiência do que os atuais líderes empresariais.

A NextGen percebe menos riscos associados à IA generativa do que os CEOs

Pergunta: até que ponto você concorda ou discorda que, nos próximos 12 meses, a IA generativa provavelmente intensificará os seguintes aspectos em sua empresa? (apresentando apenas respostas "concordo")



Obs.: os entrevistados forneceram uma resposta em uma escala de 5 pontos, de “discordo totalmente” (1) a “concordo totalmente” (5). “Concordo” é a soma dos que selecionaram 4 ou 5.

Fonte: 27ª Global CEO Survey e Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

Mesmo assim, a NextGen compreende a importância de implementar a IA generativa com cuidado. E mais ainda no Brasil: 64% acreditam que há uma oportunidade para as empresas familiares se posicionarem na vanguarda do uso responsável da IA e de outras tecnologias, em comparação com 50% da média global.

A adoção consciente e responsável garantirá que as empresas familiares se beneficiem da tecnologia, mantendo seu bônus de confiança com funcionários e clientes.

“Usamos a IA hoje em nossos aplicativos de fidelidade para que nossos clientes recebam ofertas sobre produtos de seu interesse. No entanto, a IA não gerou grandes resultados no início, pois a tecnologia demorou a aprender os hábitos dos clientes. Percebemos que manter uma comunicação eficaz foi importante para convencer nossos clientes a aguardar que a tecnologia funcionasse adequadamente.”

Sunniva Reitan, quarta geração, Reitan AS, Noruega

Para as empresas familiares, isso se traduz em uma necessidade urgente de tornar a IA uma questão estratégica e prestar atenção especial à governança e comunicação. Ao fazer isso, elas podem mostrar que é possível implementar a IA generativa com um alto nível de cuidado, diligência, supervisão e controle.

Uma governança sólida é essencial, mas, como as empresas familiares estão em um estágio muito inicial na jornada, apenas 3% no Brasil (6% no mundo) definiram uma governança em torno do uso responsável de IA. Outros 75% (62% no mundo) acreditam que deveriam estabelecer essa governança, mas ainda não o fizeram.

A NextGen também concorda fortemente que uma boa comunicação com os funcionários é crucial para preservar a confiança – 97% dos brasileiros (84% no mundo) acreditam que deve haver treinamento de gerentes e funcionários para que eles possam entender melhor os riscos e as oportunidades da IA, embora apenas 11% das empresas tenham dado esse passo até agora no Brasil (12% no mundo).

Falta governança e treinamento sobre o uso responsável da IA, mas há demanda por esses aspectos

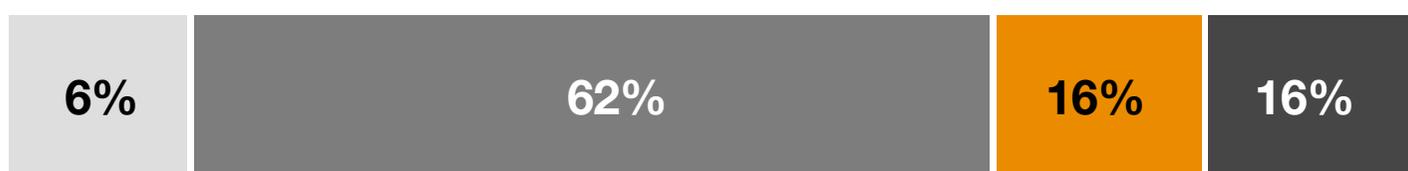
Pergunta: você acredita que sua empresa familiar deveria ter governança sobre o uso responsável da IA?

■ Sim, e já temos isso definido ■ Sim, mas ainda não temos isso definido ■ Não ■ Não sabe

 Brasil

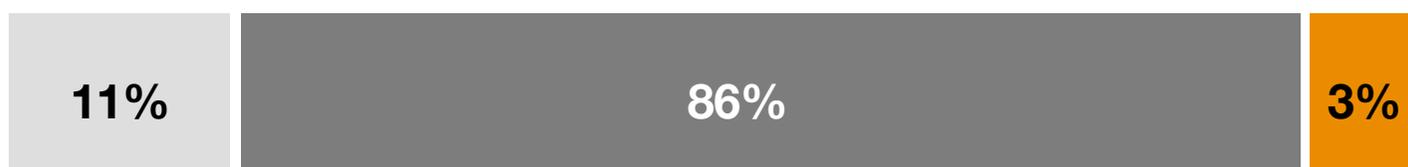


 Global

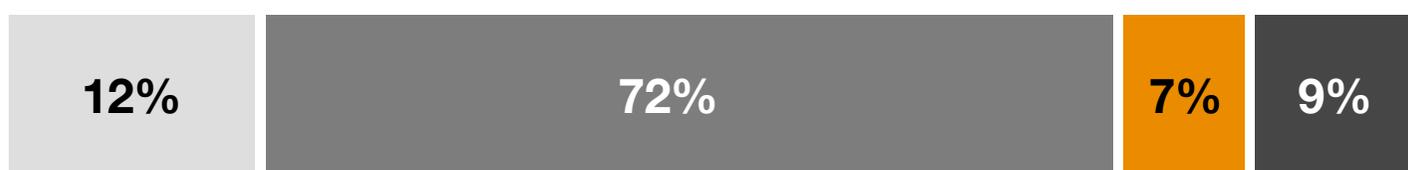


Pergunta: você acredita que sua empresa familiar deveria oferecer treinamento para a gerência e os funcionários sobre potenciais riscos e oportunidades relacionados à IA?

 Brasil



 Global



Obs.: não são exibidas respostas “Não sei”.

Fonte: Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

“É muito importante conhecer e entender a IA – podemos achar que a entendemos, mas ainda não conhecemos suas limitações.”

Ronald Adiwijaya, quinta geração, PT Nojorono Tobacco International, Indonésia

Próximos passos para a geração atual



Decida qual é o melhor direcionamento para os recursos

O investimento em IA segue duas rotas amplas: transformar suas operações atuais (com ganhos de produtividade e/ou desenvolvimento de novos produtos e serviços) ou investir em novas empresas por meio de empreendimentos corporativos ou familiares. As duas opções não são mutuamente excludentes, mas o conselho precisa ter clareza sobre qual é o melhor direcionamento para os recursos da empresa.



Alinhe os valores familiares, o propósito do negócio e a governança

Empresas familiares podem adotar a IA generativa de forma consciente, mas é importante que todos na família entendam o que isso significa e como se alinha com os valores familiares e o propósito do negócio. Revisar a governança familiar e corporativa, além da composição da liderança e do conselho, facilitará esse processo.



Ouçá e explique

Manter a confiança dos funcionários requer uma comunicação forte e clara por parte da liderança. Na pesquisa Edelman Trust Barometer de 2024, 82% dos entrevistados afirmaram que a escuta ativa por parte dos líderes – ouvir preocupações e responder a perguntas – constrói confiança.

Próximos passos para a futura geração



Conquiste seu espaço para merecer confiança

Você quer conquistar reconhecimento e respeito por mérito próprio e não confiar apenas em seus direitos de nascimento. Uma educação sólida e experiência de trabalho relevante fora da empresa familiar darão a você segurança para contribuir e a capacidade de conquistar a confiança necessária para futuras posições de liderança ou no conselho.



Seja claro sobre suas motivações

A próxima geração deve ter clareza sobre os motivos que a levam a querer ingressar na empresa familiar. Qual é a sua paixão? Quais são os seus motivos?



Familiarize-se com regras e regulamentos

A NextGen deve se posicionar como tendo competências apropriadas para lidar com questões éticas e marcos legais para promover a adoção responsável da IA e garantir crescimento sustentável em sua empresa.



Como maximizar a contribuição da próxima geração

A NextGen compreende seu valor em um mundo impulsionado pela IA – metade dos brasileiros (40% globalmente) vê que promover a IA é um caminho para posições de liderança.

Mas isso vai muito além de uma oportunidade de ouro para a próxima geração se destacar em um papel importante no negócio. O legado das empresas familiares está em jogo.

“Uma de nossas empresas familiares já está usando IA. No negócio mais consolidado, uma empresa de manufatura com mais de 70 anos, isso mal é discutido. As duas vertentes do negócio definitivamente precisam conversar mais e explorar sinergias.”

Aaro Vasama, quarta geração, Kemppe Group Oy, Finlândia

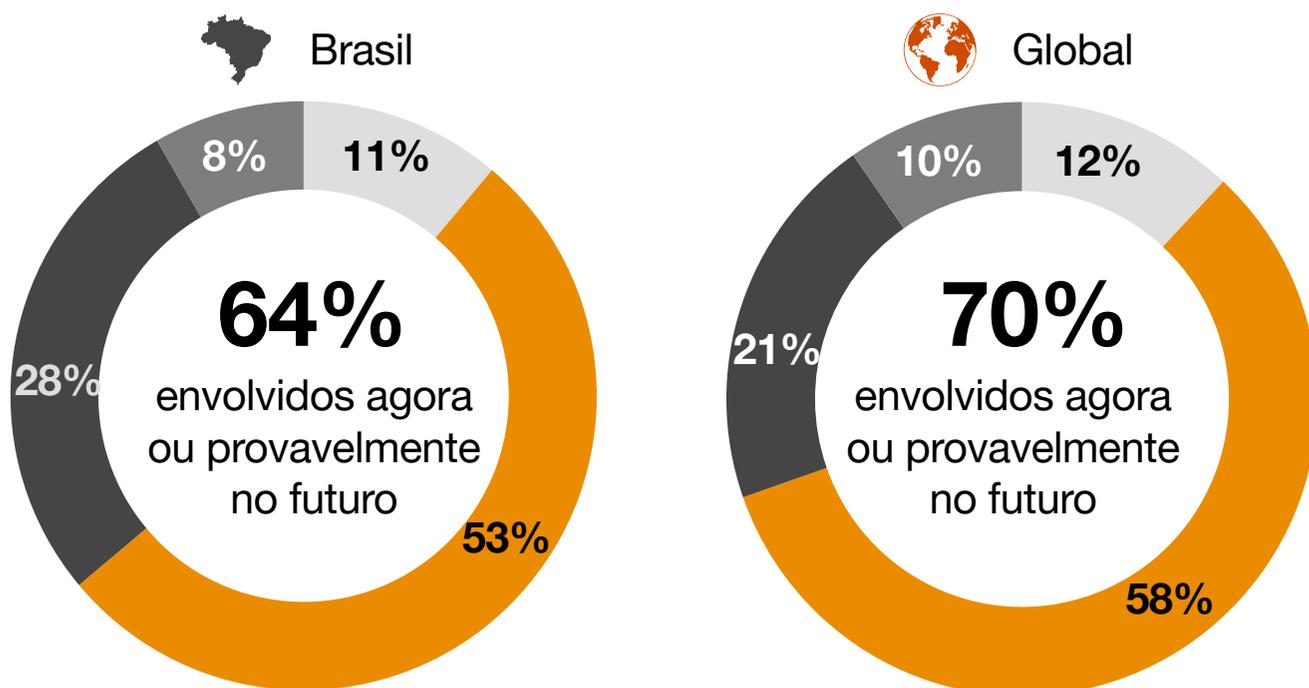
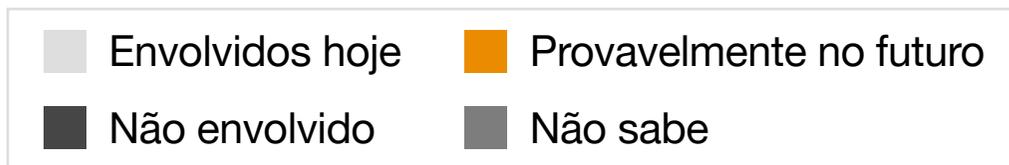
Hoje, apenas 17% das empresas familiares no Brasil (14% no mundo) têm uma equipe ou pessoa diretamente responsável pela IA generativa. Em geral, o líder de TI tem assumido também esse papel. A probabilidade de essa posição passar a existir aumenta em empresas maiores e mais maduras.

Até agora, a participação da NextGen tem sido limitada – somente 11% no Brasil (12% no mundo) estão envolvidos com IA, mas outros 53% (58% no mundo) dizem que provavelmente participarão de discussões sobre IA generativa no futuro. O potencial da NextGen está sendo negligenciado, o que terá consequências para o negócio, a governança e a dinâmica familiar.

“Os líderes da IA generativa no futuro provavelmente serão inovadores, apaixonados e empreendedores”, diz Frauke Schleer-van Gellecom, sócia especialista em IA generativa e transformação financeira para a região EMEA na PwC Alemanha, “em vez de peritos experientes que tendem a pensar dentro dos limites atuais”.

Embora em minoria, os participantes da NextGen que já usam a IA generativa mostram um enorme potencial

Pergunta: você está ativamente envolvido hoje ou provavelmente estará no futuro na área de IA generativa?



Fonte: Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

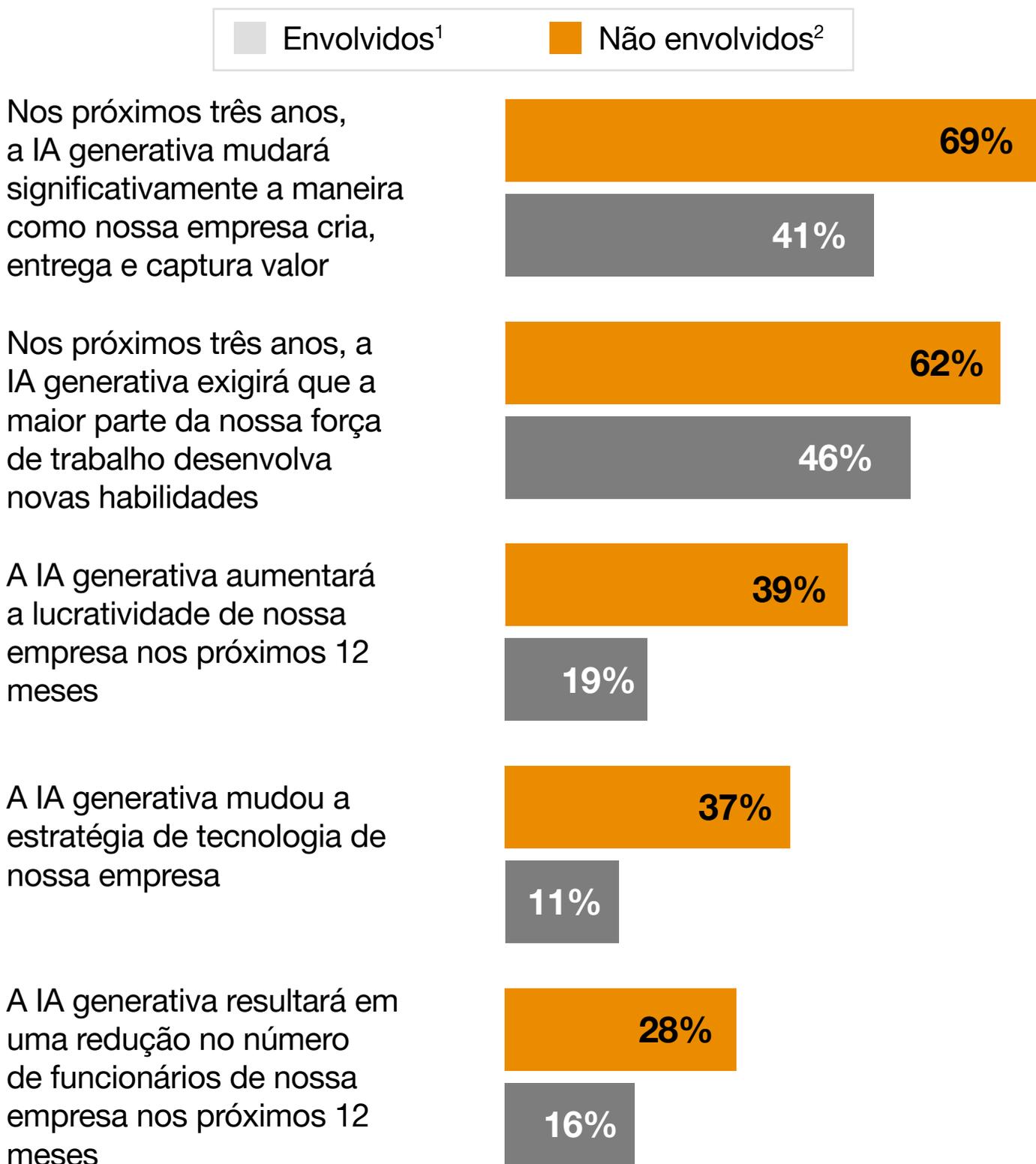
A NextGen que já está envolvida em IA tem uma abordagem mais voltada para o futuro do negócio. Essa geração também tende mais a se envolver nos investimentos em sustentabilidade, inovação e pesquisa e desenvolvimento (P&D), por exemplo. São mais otimistas sobre as oportunidades que a IA traz, mas também estão cientes do seu potencial impacto nos negócios, na força de trabalho e nas competências.

“Estamos começando a avaliar o uso da IA nos negócios, e faço questão de que as pessoas responsáveis por avaliar nossas opções me mantenham informado. Não tenho formação em TI, mas sinto que posso contribuir para o debate, porque venho de uma geração mais nova e posso apresentar uma mentalidade moderna.”

Marta Barceló, 4ª geração, Barceló Group, Espanha

Os participantes da NextGen envolvidos com IA generativa no mundo enxergam benefícios da nova tecnologia para o negócio

Pergunta: quanto você concorda ou discorda da seguinte afirmação sobre a IA generativa? (mostrando apenas respostas “concorda”)



Obs.: os entrevistados forneceram uma resposta em uma escala de 5 pontos, de “discordo fortemente” (1) a “concordo fortemente” (5). “Concordo” é a soma dos que selecionaram 4 ou 5.

Fonte: Pesquisa PwC Global NextGen 2024.

¹Envolvidos: 12% de entrevistados globais que escolheram essa resposta no gráfico anterior intitulado “Embora em minoria, os participantes da NextGen que já usam a IA generativa mostram enorme potencial”.

² Não envolvidos: 88% dos entrevistados que, como resposta, escolheram “Provavelmente envolvido no futuro”, “Não envolvido” ou “Não sei” no gráfico anterior intitulado “Embora em minoria, os participantes da NextGen que já usam a IA generativa mostram enorme potencial”.

Próximos passos para a geração atual



Envolva a próxima geração com a IA generativa

Você pode começar envolvendo a NextGen em programas-piloto de IA generativa de baixo risco e alto retorno. Isso apoiará a transição geracional e os preparará para futuros papéis no negócio. Trate-os como um recurso valioso para elaborar sua estratégia e criar competências de IA em toda a empresa.



Use a NextGen e seu entusiasmo para fortalecer o conselho

Combine o conhecimento de tecnologia da próxima geração com a experiência empresarial dos membros mais antigos do conselho. Convide a NextGen para as reuniões e permita que ouça, aprenda e contribua com suas ideias e novas perspectivas.



Pense além do impacto óbvio

O impacto da IA generativa nas empresas familiares será sentido muito além das operações e do modelo de negócios. Avalie e planeje como isso afetará os investimentos da família, a gestão do patrimônio, o planejamento da sucessão e as decisões estratégicas de longo prazo.



Próximos passos para a futura geração



Encontre o equilíbrio certo

Encontrar o equilíbrio entre respeito, continuidade, disrupção e mudança é fundamental para preparar o negócio para o futuro da IA generativa. Seu papel é desafiar o *status quo* de maneira construtiva e respeitosa.



Busque oportunidades

Seja confiante e pergunte à geração atual como você pode se envolver como estagiário, membro de projeto, conselheiro, entre outras funções. Há muitas maneiras de a empresa aproveitar seu entusiasmo e competências.



Demonstre que você se importa

Mostre aos seus funcionários, colegas de trabalho e membros da família que você compreende as expectativas e preocupações deles em relação à IA generativa. Isso ajudará a aumentar seu impacto e a evitar resistências internas quando você tiver a oportunidade de participar da transformação impulsionada pela IA.

Seja inteligente, não rápido

As visões da próxima geração de líderes de empresas familiares revelam uma narrativa convincente em torno da IA generativa. Embora sua adoção ainda seja limitada, um segmento considerável da NextGen exhibe uma abordagem visionária, indicando que, em breve, eles farão uso das capacidades transformadoras da tecnologia.

Estamos em um ponto de inflexão, no qual a NextGen traz uma perspectiva única capaz de influenciar o processo de transição da liderança. Ao contribuir com ideias, liderar iniciativas e impulsionar mudanças organizacionais, essa geração tem o poder não apenas de fomentar a inovação, mas também de definir o rumo estratégico das empresas familiares em uma era marcada pela disrupção digital.

Os autores gostariam de agradecer ao NextGen Advisory Council e aos representantes da NextGen que participaram da pesquisa.

Sobre a pesquisa

A PwC Global NextGen 2024 é um estudo de mercado internacional realizado com os membros da próxima geração de empresas familiares. O objetivo é entender o que a NextGen pensa sobre questões-chave da atualidade, que papel estão desempenhando e que papéis acreditam que deveriam desempenhar. Realizada on-line, a pesquisa abrangeu 917 entrevistas em 63 territórios. A análise global se baseou nos resultados da pesquisa, coletados entre 13 de novembro de 2023 e 23 de janeiro de 2024.

Contato



Helena Rocha

Sócia

helena.rocha@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.