

ARQUIVO CIEE/DIVULGAÇÃO/JC



Lucas Baldisserotto
CEO do CIEE-RS

OPINIÃO

O futuro é dos dados. Sua marca está pronta?

Uma das frases mais repetidas no mundo dos negócios nas últimas décadas é a conclusão de que "os dados são o novo petróleo". A afirmação é verdadeira, porém, há algo importante a considerar: enquanto vivemos uma urgência pela transição energética, com a substituição do combustível fóssil por outras fontes sustentáveis, os dados se tornam cada vez mais essenciais.

Com efeito, trabalhar, entender e usar os dados na tomada de decisões se tornou condição fundamental para qualquer empresa. Negócios que não tiverem a disposição de investir em inovação e aproveitar as tecnologias para utilizar as informações em seu favor ficarão para trás.

Das fontes de dados públicos às informações captadas na relação com seus clientes, tudo isso pode trazer conhecimentos valiosos para entender os dese-

jos, os comportamentos e as expectativas do público com seu negócio, marca e produtos. É possível, também, avaliar a resposta dos consumidores, fazer correções de rumo e se antecipar aos concorrentes.

O momento atual oferece oportunidades antes inimagináveis neste campo, com a evolução das inteligências artificiais. Temos à disposição ferramentas capazes de fazer análises avançadas sobre uma grande quantidade de dados, em uma dimensão que um humano não seria capaz de avaliar por conta própria.

No CIEE-RS, temos acompanhado esses avanços, com o uso de ferramentas que nos permitem analisar os potenciais de mercado, bem como realizar benchmarks para a evolução das nossas soluções para milhares de estudantes do Rio Grande do Sul beneficiados pelo nosso trabalho.

Se o mundo busca ingressar em uma era pós-petróleo, no caso dos dados não há como voltar atrás. Negócios e profissionais que não sejam data-driven terão grande dificuldade de serem competitivos no mercado, perdendo oportunidades de se qualificar ou mesmo escalar.

Um relatório recente da consultoria Gartner mostrou que 65% das organizações aumentarão seus investimentos em ferramentas que analisam dados por meio da IA. Por outro lado, 63% das companhias ainda não têm – ou não sabem se possuem – práticas corretas para gerenciar dados para IA.

Portanto, se sua marca ainda está distante dos dados – ou tem dúvidas sobre como utilizá-los –, é hora de agir. Invista em tecnologia e conhecimento para aproveitar as transformações trazidas por estes avanços. O caminho

Negócios que não tiverem a disposição de investir em inovação e aproveitar as tecnologias para utilizar as informações em seu favor ficarão para trás. O momento oferece oportunidades inimagináveis com as inteligências artificiais

para o futuro está aberto – a diferença entre seu negócio e seus concorrentes é como você decidirá trilhá-lo.

FABIANO PANIZZI/DIVULGAÇÃO/JC



Antonio Lacerda
Diretor-geral de Celulose da CMPC no Brasil

ARTIGOS

A sustentabilidade é o GPS das empresas

É interessante observar como as empresas vêm se posicionando, principalmente quando o assunto é adoção de práticas sustentáveis em diferentes setores. Esse é um tema que, frequentemente, tem pautado a agenda de empreendedores ao redor do mundo, de forma ampla e conectada entre si.

Uma forma de aprender sobre o assunto é observar o mercado. Existe uma ampla diversidade de caminhos para posicionar a sua empresa como referência em sustentabilidade. Mas, independentemente da estrada que for trilhar, é importante entender que qualquer ação deve fazer parte de um processo contínuo, executado no presente e com objetivo de construir um futuro melhor para as próximas gerações.

Desta forma, as empresas também precisam compreender que a sustentabilidade não pode ser entendida como demanda de custo, mas parte fundamen-

tal e inegociável do propósito da companhia. O cuidado com o planeta deve orientar as operações das empresas, e não ser um rol de medidas pontuais implantadas para melhorar a reputação.

É com essa visão que a CMPC tem se consolidado em posições de referência em sustentabilidade, pois temos um olhar global muito atento sobre o tema.

Temos metas para diminuir em 25% o uso de água nos processos industriais e ser uma companhia com zero resíduo em aterros sanitários até 2025. Ainda, temos o compromisso de reduzir 50% das emissões de gases de efeito estufa e realizar o acréscimo de novos 100 mil hectares de área de conservação até 2030.

Colocamos em prática iniciativas como o BioCMPC, o maior projeto de sustentabilidade da história do Rio Grande do Sul, concluído em 2024 e que tornou nossa unidade de Guaíba referência mundial na área.

Neste mesmo sentido, somos uma indústria zero resíduo. O Hub CMPC de Economia Circular reutiliza 100% dos resíduos industriais gerados a partir da produção de celulose. Esse material é transformado em 13 novos produtos, que vão desde matéria-prima para fabricação de cimento, adubos, fertilizantes e até insumos para painéis de madeira.

Pensar na sustentabilidade é como ter um GPS em mãos. Ele não se limita a mostrar onde queremos chegar, mas oferece as coordenadas precisas para que cada ação nos aproxime desse objetivo, moldando o nosso percurso rumo a um mundo mais sustentável. Trabalhamos diariamente para que nossas práticas sustentáveis sejam uma rotina do negócio, porque é somente assim que enxergamos ser viável chegar no objetivo final: um futuro mais equilibrado.

Vamos juntos construir este caminho sustentável?

Existe uma ampla diversidade de caminhos para posicionar a sua empresa como referência em sustentabilidade. Independentemente da estrada, é importante entender que qualquer ação faz parte de um processo contínuo