

Liderança baseada em dados está redefinindo decisões nas empresas

➔ ARTIGO

Em um ambiente de negócios cada vez mais complexo, dinâmico e orientado por resultados, a forma como líderes tomam decisões passa por uma transformação profunda. No Brasil, esse movimento já se reflete na percepção dos colaboradores, em que, segundo pesquisa do LinkedIn, 85% dos profissionais de pequenas e médias empresas acreditam que a tecnologia vai melhorar seu dia a dia, enquanto 43% já utilizam inteligência artificial em atividades mais avançadas, como estratégia e análise de dados. Nesse contexto, o modelo tradicional baseado na experiência acumulada e no chamado “feeling” de mercado começa a mostrar limitações, diante de um cenário marcado pela abundância de informações, pela crescente pressão por performance e pela necessidade de respostas cada vez mais rápidas.

Em um ambiente de negócios cada vez mais complexo, dinâmico e orientado por resultados,

a forma como líderes tomam decisões também está passando por uma transformação profunda. Se no passado a experiência acumulada e o chamado “feeling” de mercado eram considerados diferenciais suficientes para orientar estratégias, hoje esse modelo encontra limites diante de um cenário marcado por abundância de informações, pressão por performance e necessidade de respostas rápidas.

O modelo de liderança baseado predominantemente na intuição foi, por muito tempo, amplamente valorizado no mercado. Em contextos menos voláteis e com menor disponibilidade de dados, confiar na experiência acumulada fazia sentido e muitas decisões estratégicas eram tomadas a partir da percepção do gestor sobre o comportamento do mercado. No entanto, a dinâmica empresarial atual, marcada por alta competitividade, múltiplos canais de relacionamento e ciclos de inovação cada vez mais curtos, exige um nível de precisão que a



CINTIA DE FREITAS

Especialista em marketing, CEO e fundadora da Datta Business

intuição isolada dificilmente consegue sustentar.

A transformação digital ampliou de forma exponencial a quantidade de dados gerados por empresas e consumidores, de modo que informações sobre

comportamento de compra, jornada do cliente, desempenho de campanhas, taxas de conversão, retenção e engajamento passaram a ser captadas e analisadas continuamente. Por isso, tomar decisões apenas com base na experiência significa ignorar evidências concretas capazes de reduzir riscos, orientar investimentos e aumentar a previsibilidade dos resultados. Não por acaso, estudos da McKinsey indicam que empresas que utilizam análise de dados de forma eficaz podem aumentar sua lucratividade em até 15% a 20%.

É diante desse contexto que ganha força o conceito de liderança orientada por dados. Diferentemente do que muitos imaginam, esse modelo não elimina o valor da experiência profissional, ele a complementa. Líderes orientados por dados utilizam análises estruturadas para validar hipóteses, identificar padrões e testar estratégias antes de ampliar iniciativas, tornando o processo decisório mais consistente e menos depen-

dente de percepções individuais. Os resultados dessa abordagem também aparecem na velocidade com que as organizações conseguem reagir ao mercado. Segundo a Deloitte, organizações orientadas por dados são cinco a seis vezes mais propensas a tomar decisões mais rápidas do que aquelas que ainda dependem predominantemente de percepções subjetivas. Em mercados altamente competitivos, essa agilidade pode representar a diferença entre capturar oportunidades ou perder espaços.

Com o avanço da Inteligência Artificial, ferramentas analíticas conseguem cruzar grandes volumes de informações, identificar correlações e gerar insights que seriam difíceis de perceber apenas pela observação humana. Segundo pesquisa da Gartner, até 2030 a IA estará presente em todos os trabalhos executados pelas áreas de tecnologia da informação nas organizações.

Leia o artigo completo em geracaoe.com.

‘Entre no ciclo artesã e saí designer de joias’, diz empreendedora sobre residências criativas

O jornada empreendedora na residência criativa foi assunto no WCD 2026

➔ AGENDA

GUSTAVO MARCHANT

gustavos@jcrs.com.br

O painel RS Criativo: O papel das residências criativas na carreira empreendedora integrou a programação do World Creativity Day 2026, que aconteceu entre os dias 20 e 24 de abril. O encontro abordou as dificuldades, os aprendizados e a transformação do mercado da indústria criativa na visão de empreendedores que passaram pelo ciclo de residência do RS Criativo — programa do governo do Estado, alocado na Secretaria de Cultura, que auxilia empreendedores de diversas áreas criativas a transformarem suas ideias em negócios estruturados, além de auxiliá-los a se reconhecerem como parte dessa indústria.

A mediação ficou a cargo de Juliana Sehn, coordenadora do programa, e contou com a presença de Bruno dos Anjos (produtor cultural e audiovi-

sual), Cláudia Carvalho (designer de joias biofilicas — peças artesanais em madeira criadas a partir do reaproveitamento de resíduos), e o casal Giovani Urío (designer e artista gráfico) e Vitor Diel (jornalista, editor e curador).

Juliana abriu a conversa com uma questão pertinente para quem já empreende ou está em busca de abrir o próprio negócio: como materializar uma ideia e, principalmente, como monetizá-la? Cláudia, que antes atuava como funcionária pública, comenta que sempre foi uma pessoa criativa. Insatisfeita com a rotina, criou a De Carvalho Estúdio (@decarvalho_estudio), espaço que produz joias biofilicas em madeira reutilizada. “Onde eu não posso criar, eu não fico”, enfatiza.

O programa de residência permitiu que a empreendedora mapeasse suas próprias limitações e forças antes de sequer pensar em formatar um plano de negócios. “Gosto de dizer que entrei no ciclo artesã e saí designer de joias, porque ali eu vi que precisava me entender, me conhecer”, relembra.

Para ela, a lição mais valiosa que tira do empreendedorismo criativo é essencialmente humana e parte do planejamento. “Se tu não sabes quem tu és, tu não sabes para onde vais”, alega.



Debate pautado pelo programa RS Criativo abriu o terceiro dia do WCD em Porto Alegre

Trabalho independente e profissionalização

Não é de hoje que o empreendedor é responsável por alavancar o próprio negócio, na maioria das vezes sozinho. Nessa linha, os empreendedores Vitor e Giovani, donos da Literatura RS (@literaturars), estúdio de produção de conteúdo e divulgação da literatura produzida e editada no Rio Grande do Sul, comentam a rotina intensa. “Quando a gente é independente, a gente faz tudo sozinho. A gente

passa pano no chão, tira o lixo do banheiro, faz o feijão, responde e-mail, faz artes, edita texto e faz tudo sozinho”, brinca Vitor.

O empreendedor conta que o projeto surgiu como uma página de Facebook e logo se abriu para novos caminhos visando a rentabilização. Ele explica que a residência foi crucial para que os dois criassem uma esteira de produtos reais e precisassem seus serviços. Eles passaram a oferecer curadoria para eventos, assessoria

de imprensa especializada e newsletters, garantindo a sobrevivência da plataforma. O modo de agir vai além da veia criativa: a seriedade na hora de tratar o projeto é essencial. “Busquem alguma forma de profissionalização. Não basta a gente ter amor pelo nosso trabalho, paixão pelo nosso trabalho. Às vezes, a profissionalização está na maneira como você manda um e-mail”, declara Vitor.

Leia a matéria completa em geracaoe.com.