

ARTIGO

DS

A DIGITALIZAÇÃO É UM MOTOR PARA A SUSTENTABILIDADE?

As organizações em todo o mundo estão fazendo a transição para uma mentalidade que prioriza o digital, implementando tecnologias como a aprendizagem automática, a Inteligência Artificial (IA) e a Internet das Coisas (IoT). Também estamos testemunhando a ascensão da fabricação inteligente, criando oportunidades para otimização energética, melhoria de processos e manutenção preditiva.

Estas tecnologias podem ajudar as empresas a enfrentar os desafios de sustentabilidade, abrindo caminho para um futuro mais verde. Também se alinham com o compromisso da União Europeia de emissões líquidas de gases com efeito estufa (GEE) até 2050. Basicamente, a digitalização e a sustentabilidade andam de mãos dadas e devemos nos concentrar igualmente em ambas as áreas para impulsionar a transformação em grande escala.

A rota digital para a produção sustentável

Hoje em dia, todos discutem as alterações climáticas, a globalização, a digitalização e as megatendências que moldam o nosso mundo. A sustentabilidade tornou-se um impulsionador de valor para os negócios nas últimas décadas – e faz sentido, considerando que 75% de toda a poluição provém de apenas 20 países. No que diz respeito à UE, quase um terço das emissões de GEE provém dos transportes. As operações industriais são responsáveis por 26% das emissões, enquanto a produção de eletricidade e calor contribui com outros 23%. Uma maneira de enfrentar esses desafios é abraçar a transformação digital. Com esta abordagem, os negócios podem se tornar mais ecológicos e eficientes, o que se traduz em receitas mais elevadas.

A digitalização, ou transformação digital, pode ser definida como a integração de tecnologias digitais nas operações comerciais. O seu papel na indústria é eliminar ineficiências e, ao mesmo tempo, limitar a produção e os desperdícios. As práticas de sustentabilidade, por outro lado, visam travar as alterações climáticas e proteger os recursos naturais. Num contexto empresarial, esta abordagem envolve a utilização apenas dos produtos, serviços, conjuntos de dados e plataformas considerados essenciais para a eficiência operacional e a inovação.

Uma abordagem mais sustentável pode beneficiar as empresas, os consumidores e o ambiente, uma vez que, os clientes também estão preocupados com as questões ambientais e, muitas vezes, optam por companhias e marcas sustentáveis. Portanto, alcançar uma imagem de marca “verde” pode diferenciar a sua empresa e impulsionar o crescimento da receita.

Na medida em que a sustentabilidade se torna uma prioridade global, muitos governos e organizações estão mudando para fornecedores ambientalmente responsáveis. Isto permite que as empresas “verdes” entrem em novos mercados, garantam mais clientes e ganhem vantagem competitiva. Alcançar a sustentabilidade através da digitalização

A transição para processos mais sustentáveis pode levar à economia de custos, eficiência operacional e mais lucros. Mesmo que, tudo isto pareça promissor, existem compromissos significativos entre a transformação digital e a sustentabilidade.

Embora a digitalização tenha trazido benefícios significativos, ainda continua tendo uma pegada de carbono significativa. As prioridades estratégicas conflitantes dentro das organizações e a falta de uma abordagem consistente colocam barreiras adicionais.

Os líderes empresariais podem enfrentar estes desafios adotando uma abordagem estratégica à dupla transição. Um bom ponto de partida é definir objetivos claros para a digitalização e a sustentabilidade, com foco em áreas de negócio avançadas.

Ao mesmo tempo, é crucial definir objetivos para cada área, garantir as competências necessárias para uma transição bem-sucedida e visar a suficiência digital. Isto requer uma nova abordagem para a adoção de iniciativas digitais e verdes, permitindo a transferência do conhecimento e da tecnologia.

O que mais importa é ter um roteiro de transição dupla bem definido antes de começar. Não espere mudar as coisas da noite para o dia. Este processo leva tempo e requer uma mudança fundamental na estratégia empresarial, mas os resultados valerão a pena.

Ao adotarem tecnologias digitais, as organizações podem atingir os objetivos de sustentabilidade, contribuir para os esforços ambientais globais, satisfazer as expectativas em evolução e criar valor a longo prazo tanto para os negócios como para o planeta. É um caminho essencial para um futuro mais sustentável e resiliente para as empresas e o conjunto da sociedade.

Inon Neves, vice-presidente sênior da Access Latam

JORNAL DIÁRIO DA SERRA

Propriedade da AJOTA

ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA

CNPJ: 29.464.235/0001-16

Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque Mansões
78302-028 Tangará da Serra-MT

ISSN 22386467

REDAÇÃO

DIREÇÃO DE JORNALISMO

Fabíola Tormes

CONTATO

ds@diariodaserra.com.br

Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos para o whatsapp do

DIÁRIO DA SERRA

(65) 3326-4724

www.diariodaserra.com.br

www.ds.jor.br

TIRAGEM

1 MIL EXEMPLARES

CIRCULAÇÃO

Tangará da Serra, Nova Olímpia, Barra do Bugres, Porto Estrela, Campo Novo do Parecis, Sapezal, Denise, Arenópolis, Nortelândia e Santo Afonso.

CENTRAL DO ASSINANTE

(65)3326.6501

DEPARTAMENTO COMERCIAL

PUBLICIDADE ASSINATURA

PUBLICIDADE LEGAL

Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA

SERVIÇOS GRÁFICOS

E. Tormes e Cia. LTDA

CNPJ: 14.048.123/0001-07

CONTATO: adm@diariodaserra.com.br

Fone: (65) 3326-4724

Diário da Serra

O DIÁRIO DA NOTÍCIA

FUNDADO EM 11 DE NOVEMBRO DE 1996

EDIÇÃO ON-LINE DESDE 06 DE SETEMBRO DE 1997

Endereço: Av. Tancredo Neves - 1247 W

Parque Mansões - CEP:78300-000

Tangará da Serra - MT - Brasil

www.facebook.com/jornalds

@diariodaserra

HORÁRIO ESPECIAL

Comércio de Tangará da Serra permanecerá aberto até às 21h



Grande oportunidade do consumidor sair às compras

Desde o dia 4 o comércio está atendendo em horário especial

FABÍOLA TORMES / Redação DS

Os tangaraenses estão tendo a oportunidade de comprar o presente de natal em um horário diferente. Desde o dia 4 deste mês, o comércio de Tangará da Serra está atendendo em horário especial para as compras de Natal.

EM MATO GROSSO

Pesquisa prevê que comércio movimente R\$ 870 milhões em vendas de Natal

G1 MT

As compras de Natal deste ano devem acrescentar R\$ 870 milhões na economia mato-grossense, um aumento de 45% em relação ao mesmo período do ano passado, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa e Análise da Fecomércio de Mato Grosso (IPF-MT).

Desses entrevistados, 58% afirmaram que irão as compras para a data, enquanto outros 34% disseram que não irão consumir e, por fim, 8% disseram não saber se irão às compras.

Roupas: 36%; brinquedos: 14%; alimentação e bebidas 13%; cosméticos e perfumes: 7%; eletrônicos: 6%; eletrodomésticos: 5%; e sapatos e móveis: 3% são os principais produtos na mira das compras dos mato-grossenses.

A pesquisa mostrou, ainda, que pagar as compras natalinas com cartão de crédito é a intenção de 53% dos entrevistados. Já outros 20% pretendem pagar por meio de transferência bancária instantânea.

Já para os que não consumirão na data, 37% do público apontou as condições financeiras como empecilho, e outros 27% citaram disponibilidade de tempo. A margem de erro estimada na pesquisa é de 3% para mais ou para menos.

COMPARATIVO 2022 - O aumento na intenção de compra, em comparação com o período do Natal em 2022, pode aquecer os setores produtivos do Estado em diversos segmentos do comércio.

Além disso, o aumento na movimentação do comércio neste fim de ano está relacionado ao crescimento do emprego, já que Mato Grosso atingiu a menor taxa de desemprego no 3º trimestre desse ano.

chegamos na semana do Natal. Então você que ainda não comprou seu presente ou da sua família, aproveite nosso horário especial para isso”, destaca, ao convidar a todos para virem ao comércio fazer suas compras.

“Venha para o nosso comércio, um comércio fortalecido, que com certeza encontrará todos os produtos que você procura”, reitera o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Tangará da Serra (CDL/TGA), Alessandro Rodrigues Chaves.