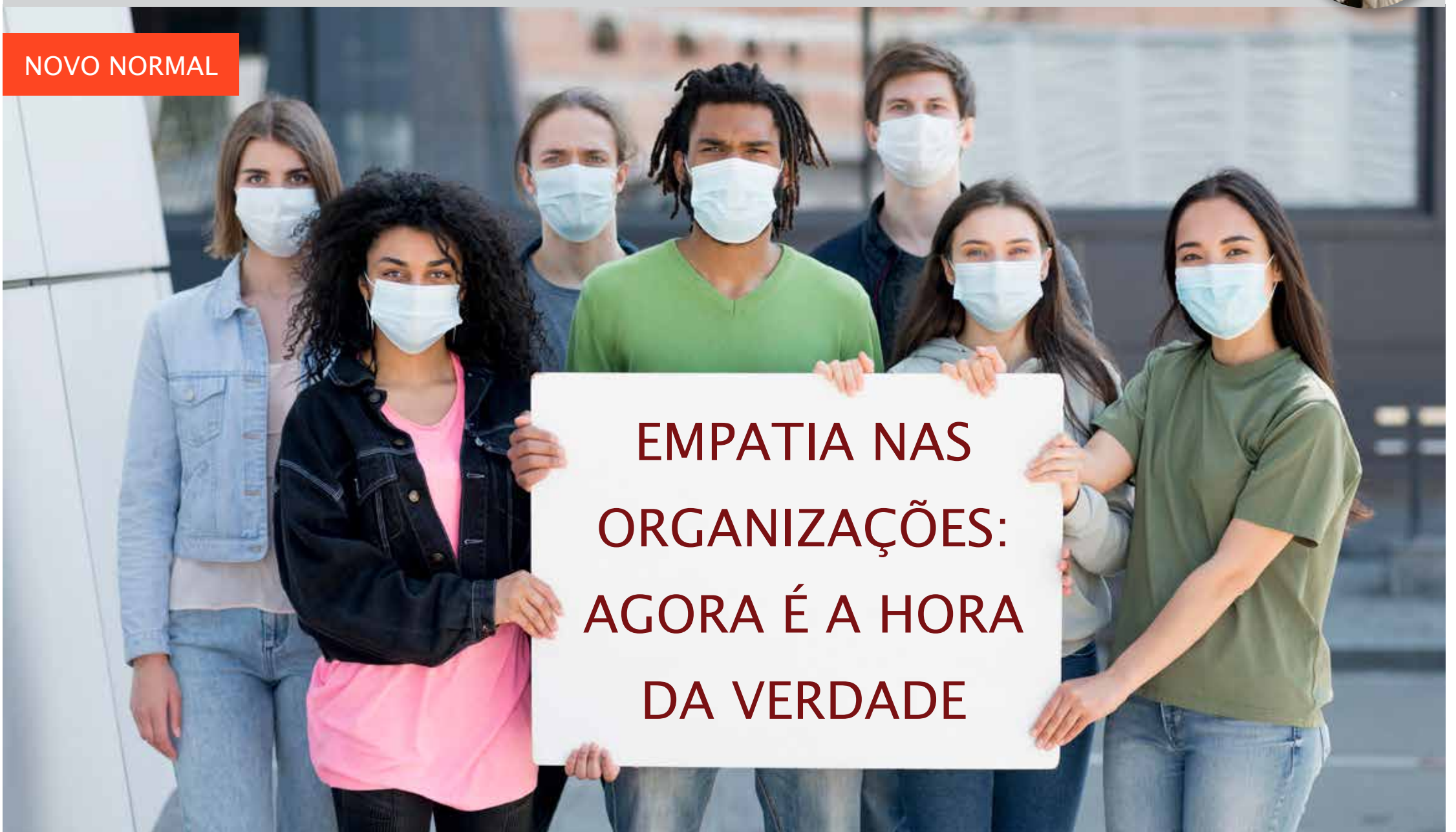




NOVO NORMAL



Dentro e fora do mundo corporativo, certamente vivemos o momento mais desafiador de nossas vidas. Jamais esqueceremos o que estamos passando. Muitos negócios estão com grandes dificuldades e sem perspectivas claras do que (e de quando) as coisas começarão a voltar ao normal que, já sabemos, será o tal do "novo normal" – termo já desgastado, mas absolutamente verdadeiro.

Otávio Dias (\*) e Nélio Bilate (\*\*)

Por outro lado, existem negócios que estão se reinventando, reposicionando e acelerando transformações que provavelmente só aconteceriam em alguns anos. No início de maio, Jack Dorsey, CEO do Twitter, anunciou que todos os funcionários que ocuparem cargos que permitam o trabalho remoto poderão optar pelo modelo para sempre.

Aqui, o Banco do Brasil, por exemplo, comunicou a devolução de 19 de seus 35 edifícios, com economia estimada em R\$ 1,7 bilhão em 12 anos. Já a XP cancelou planos de expansão em São Paulo, onde o metro quadrado é mais caro, para construir um campus em São Roque, a 60 km da capital.

Pesquisa recente da Edelman (=Trust/Barometer) aponta que 98,5% das empresas já implementaram uma política de home office total ou parcial, e 96% delas já haviam delineado políticas relativas a reuniões presenciais e/ou viagens. Além disso, 60% já estão contando com políticas de apoio para funcionários infectados ou com suspeita de infecção pelo Coronavírus e 90% já promoviam conscientização sobre medidas preventivas para seus colaboradores.

A mesma pesquisa demonstra que 72% dos consumidores concordam que o país não passará por essa crise sem que as marcas desempenhem um papel importante na solução dos problemas enfrentados. 93% deles afirmam que é essencial que as empresas façam tudo o que puderem para proteger o bem-estar e a segurança financeira

de seus empregados e fornecedores, mesmo que isso signifique sofrer grandes perdas econômicas até que a pandemia termine.

Com o isolamento total ou parcial das pessoas em todos os cantos do mundo, sofrem os negócios e sofrem seus colaboradores, que tiveram suas rotinas completamente modificadas e estão agora mergulhados no medo, que eleva a ansiedade para níveis preocupantes.

Se algumas grandes empresas já estão realizando e comunicando rápidas transformações estruturais que parecem positivas, pequenos e médios empresários – e junto com eles uma massa gigantesca de trabalhadores – agonizam pelo que ainda pode vir por aí.

Um estudo recente da Secretaria de Política Econômica (SPE), do Ministério da Economia, traçou um cenário bastante ruim para empresas brasileiras em meio à pandemia. Segundo levantamento, cerca de 3.500 companhias irão pedir recuperação judicial ou entrar em falência nos próximos meses. Os dados mostram que a inadimplência pode crescer 294% em relação a um cenário sem a pandemia, atingindo 271 mil empresas no Brasil.

Neste momento de angústia coletiva, a qualidade do relacionamento das organizações com seus colaboradores ganha protagonismo. Como apoiá-los? Como facilitar o trabalho remoto? Como preservar sua saúde mental? Se o nível de apoio oferecido pelas empresas depende de

diversos fatores, em especial a capacidade financeira de cada uma delas, a preocupação genuína e a comunicação clara e frequente já podem fazer enorme diferença para as pessoas – e custam muito pouco.

Não estamos falando de recursos financeiros, mas de recursos emocionais. Além das preocupações de preservação dos empregos e benefícios, estabelecer um mecanismo sistemático de interação e relacionamento com colaboradores é uma das atitudes mais importantes. É hora de nos fazermos presentes.

As lideranças devem entender que este é um momento para ser absolutamente empáticas, compreendendo a realidade de cada indivíduo, dando mais flexibilidade no cumprimento de prazos ou metas. É hora de resgatarmos nossa humanidade.

É hora de entendermos de uma vez por todas que o mundo corporativo pode (e deve) ser mais amoroso, solidário, sustentável e, principalmente, empático.

(\*) - É sócio e CEO da Repense; (\*\*) - É CEO da Repense.

“72% dos consumidores concordam que o país não passará por esta crise sem que as marcas desempenhem um papel importante na solução dos problemas enfrentados.”

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

## #tenhacatrizes

ONossa Imunidade em tempo de Covid-19

Pérsio Alberto Mandel (\*)

Escrevo este artigo durante a pandemia da Covid-19 e do distanciamento social, que estou cumprindo segundo as determinações.

Estamos vivenciando uma crise incomparável. Mas, afinal, o que é uma crise? Consultando o dicionário (<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=crise>), observo que um dos conceitos de crise diz respeito a:

*Conjuntura desfavorável; situação anormal e grave; conflito, tensão, transtorno.*

Episódio que se caracteriza pela presença de circunstâncias de difícil superação; lance embaraçoso que tende a ser duradouro.

Recordo, dos meus anos como gestor de qualidade, o exemplo das empresas japonesas no pós-guerra (II Guerra Mundial), com a economia japonesa devastada, levando as empresas a criar alternativas de sobrevivência. Para isso, elas precisaram cuidar de sua IMUNIDADE.

Volto ao dicionário (<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=imunidade>), que caracteriza imunidade como *Capacidade de se manter afastado ou protegido de certas influências ou circunstâncias.*

Um programa adotado pelas organizações japonesas para garantir a imunidade, depois difundido por todo o planeta, foi o Programa 5S.

De acordo com o SEBRAE (<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/d-olho-na-qualidade-5s-para-os-pequenos-negocios,1985438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>), 5S é uma metodologia de organização criada no Japão, visando simplificar procedimentos, otimizar recursos e tempo. O resultado é o melhor desempenho profissional e de serviços, com reflexo direto na satisfação de usuários e na produção.

Originalmente, cada “S” corresponde a uma palavra japonesa que indica uma meta a ser atingida pelo empreendedor. Em português, os 5S significam:

- senso de utilização,
- senso de organização,
- senso de limpeza,
- senso de padronização e
- senso de autodisciplina.

Compartilho com você como estou aplicando o conceito do “5S Covid-19” para a guarda da minha imunidade, gerando resultados altamente positivos:

- Senso de proteção FÍSICA

Precisamos proteger nosso corpo frente ao Coronavírus. A ciência nos indica várias ações que devemos tomar para que nosso corpo mantenha o sistema imunológico ativo. Procuo manter uma alimentação balanceada, aliada a exercícios rotineiros e sono adequado. Os resultados, principalmente

em termos de perda de peso, frequência cardíaca e índices glicêmicos, são significativos.

- Senso de proteção PSICOLÓGICA

Precisamos preservar nossa autoestima. Entendendo que este processo é novo, muito diferente do que já passamos, e que necessita cuidados mais específicos. A ciência desenvolverá a vacina, que permitirá que voltemos a um nível de qualidade de vida adequado.

A sociedade precisa compreender que depende de nós o futuro das próximas gerações e do planeta.

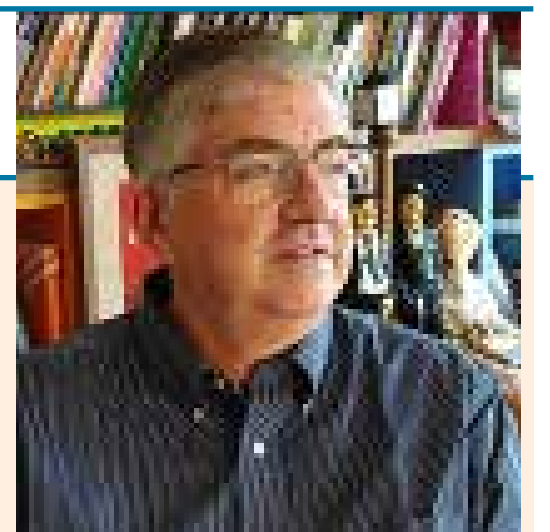
- Senso de proteção FINANCEIRA

Precisamos analisar detalhadamente tanto a entrada de recursos financeiros, com objetivo de alavancar as receitas e, principalmente nestes momentos de incerteza, necessitamos reduzir despesas, mantendo as essenciais e eliminando ou, no mínimo, adiando as despesas não fundamentais. Fazer esta análise, bem como adotar as decisões coerentes, nos dará segurança importante para passar por estes tempos conturbados.

- Senso de proteção MENTAL

Precisamos manter nosso cérebro em funcionamento. Nestes tempos, somos obrigados a “por o pé no freio” e reduzir a velocidade, mas não podemos relaxar com a nossa mente, ela tem que continuar em atividade. Sugiro você pegar aquele livro escondido na sua estante, ver aquele seriado anotado e nunca visto, finalmente cursar o curso desejado e não feito por “falta de tempo”. Aliás, o que não falta agora é tempo, o importante é usá-lo como seu aliado e não como desculpa para a procrastinação.

- Senso de proteção SOCIAL



Pérsio Alberto Mandel

Precisamos manter a conexão com as pessoas que gostamos e a quem queremos bem. O ser humano é um “bicho” social, que necessita de contato. A necessidade do distanciamento social faz com que fiquemos longe e isolados. Não esqueça dos seus amigos e parentes. Mesmo impossibilitados de um beijo ou abraço “real”, a tecnologia nos conecta fácil e rapidamente.

Estou compartilhando com você as estratégias que incorporei à minha nova rotina de vida, esperando que as ações sugeridas aqui possam te ajudar e confortar a passar por esta época da nossa vida e que ao final desta jornada possamos sair pessoas com boa imunidade.

(\*) Membro da iniciativa Empreendedores Compulsivos, Químico (UNICAMP), pós-graduação em Administração de Empresas (FGV). Sócio da AKIA Assessoria Empresarial LTDA. com foco em Inovação Estratégica. Coautor do livro “Organizações Inovadoras do Setor Financeiro”. Organizador do livro “Aqui tem Inovação”. Professor convidado no Curso Gestão da Inovação na UFABC. Vencedor do “Bronze Winner in the region of Latin American” no Reimagine Education 2019.