

Como era de se esperar, dezenas de estudos estão sendo publicados para avaliar como será o mundo empresarial, em um cenário pós pandemia.

Um deles é o texto "[The future is not what it used to be: Thoughts on the shape of the next normal](#)" ("O futuro não é mais o que costumava ser: pensamentos sobre a forma do próximo normal"), da empresa de consultoria McKinsey.

Abaixo, algumas considerações, com sete aspectos nessa nova configuração.

Relação	Aspectos	Descrições
1	A distância está de volta	A partir da década de 90, com o incremento da tecnologia, se acreditava que as "distâncias tinham desaparecido", ou, pelo menos, diminuído bastante. Agora, com as restrições à locomoção entre países, tal evento pode ser considerado com um revés à globalização.
2	Ser eficiente é ser resiliente	As empresas que terão mais sucesso serão aquelas mais resilientes. Ou seja, que possam ter condições e capacidades mínimas de trabalho nos seus mais diversos cenários adversos.
3	O crescimento da economia sem contato	Setores econômicos em que não haja contato sairão fortalecidos, como comércio eletrônico, telemedicina e automação. É óbvio que o contato humano continuará a existir, mas, na medida do possível, poderá ser minimizado.
4	Fortalecimento do Governo nas economias	Em tempos de crise, a sociedade passa a aceitar um maior controle do Estado na economia. É o que deve ocorrer nesse momento. Dentre as medidas tomadas pelos governos, três delas se destacam: apoiar as necessidades básicas dos cidadãos, salvar empregos e ajudar as empresas a sobreviverem.
5	Maior análise crítica nos resultados das empresas	O lucro pode não ser mais o único valor corporativo nas empresas. Outros aspectos devem ser também considerados, como, por exemplo, investir em funcionários, apoiar comunidades e o desenvolvimento de ética. A ideia é que, agora, nas Demonstrações Financeiras, pelo menos em termos conceitual, exista o conceito de "triple bottom line" - lucro, pessoas e planeta. Essa consciência deverá crescer em um cenário pós pandemia.
6	Mudança nos comportamentos da sociedade	Uma boa pergunta: Haverá mudanças no comportamento dos consumidores e empresas, ou tudo voltará a ser o que eram antes da pandemia? Por exemplo, haverá mais compreensão em relação ao compartilhamento de dados pessoais, se isso ajudar a salvar vidas? Os setores de turismo e viagens voltarão ao mesmo nível anterior, ou haverá uma maior preocupação com a segurança financeira? No caso específico do setor de seguros e previdência, haverá maior propensão pela compra de tais

		produtos, em um efeito substituição a outros ativos? Muitas perguntas ainda sem respostas.
7	Descobrir aspectos positivos da tragédia	Em toda essa tragédia, será que é possível encontrar algum aspecto positivo? Após tantas mortes e perdas econômicas, é possível falar em algum ganho, pelo menos no longo prazo? Talvez sim, quem sabe. Abaixo, três aspectos podem ser destacados. Primeiro, as pessoas tiveram uma aprendizagem muito rápida em novos modelos de comunicação, como Skype, Zoom ou Facetime. Houve um ganho tecnológico da população em geral. Segundo, as empresas passaram a se comunicar à distância, vendo o que pode ser feito ou não. Ou era isso ou era nada. Após a pandemia, algo deve ser mantido, trazendo ganhos de eficiência, além de uma maior flexibilidade para os funcionários. Terceiro, os sistemas de saúde de alguns países talvez se tornem mais eficientes, mais prestigiados, mais criativos e mais preparados em eventos futuros.

Fonte: Francisco Galiza/Rating de Seguros, em 20.04.2020.