

## Mercado&

# O mundo digital nunca precisou ser tão humano como no pós-pandemia

Como deveremos nos preparar? Como o mercado se comportará daqui para frente? Qual o próximo passo? Essas e outras questões surgiram com o avanço da pandemia do Covid-19 que alterou totalmente a vida e rotina em quase todos os países, trazendo apreensão para pessoas físicas e jurídicas. Essa tem sido uma das maiores crises de nossa história e ao terminar, pois ainda não terminou, o mundo sem dúvidas, será outro.

Seus efeitos transformaram as relações de trabalho, assim como modelos de carreiras profissionais. Segundo a McKinsey, pelo menos 88% das companhias avaliam que o pós-pandemia trará mudanças significativas nas estruturas de trabalho, dentre as quais, além do aspecto remoto, estão: a ampliação de modelos de gestão por projetos, a remuneração mais variável e cada vez menor as relações rígidas de hierarquia,

provocando a migração para um conceito mais colaborativo dentro das empresas.

Ainda que apoiados em alguns aspectos pelas leis governamentais trabalhistas, executivos sêniores de todos os segmentos, se depararam com o desafio de traçar estratégias quase que no escuro, ou pelo menos com baixa previsibilidade do que aconteceria com a economia local e internacional. Planejamentos antes anuais, se tornaram no máximo trimestrais, mediante a cenários variados onde a resiliência, adaptabilidade e flexibilidade se tornaram palavras-chaves para acompanhar novos padrões de comportamento e necessidades de clientes.

E esse foi somente o começo de um caminho de acertos, erros, desconstrução e muito aprendizado na tentativa de se encontrar as respostas certas para contornar a crise que afetou grandes, médias e pequenas empresas. Embora impactadas em níveis diferentes, todas de alguma forma buscaram se tornar mais ágeis em seus processos, além de digitalizadas. No âmbito digital, sem dúvidas que grandes oportunidades surgiram, não somente na geração de oferta de novos produtos e serviços, mas na maneira de se relacionar com o cliente. Nesse contexto, algumas companhias se destacaram ao reforçar os valores de suas marcas ao oferecer informações relevantes e conteúdos muitas vezes gratuitos, além de outros serviços como frete grátis, como foi o caso por um período, da brilhante Magazine Luiza.

Quanto às necessidades dos clientes, vislumbramos o nascimento de milhões de novos consumidores. Um dos grandes destaques em termos de comportamento, sem dúvidas foi o impacto da migração de mais de 20 milhões de novos consumidores que compraram online pela primeira vez no

Brasil, em um total de 42,9 Milhões de consumidores únicos, número considerado um crescimento exponencial, um marco para o e-commerce, segundo dados do Movimento compre & confie- Neotrust.

Já no que se refere às necessidades dos colaboradores, o pós-pandemia mostrará o quanto a adaptabilidade, humildade e confiança serão fundamentais entre líderes e liderados. A mudança de mindset e conhecimento, o saber desconstruir, estar aberto a aprender todos os dias, espírito de equipe, nunca foram tão valorizados. Afinal, vivemos em uma era digital, em que nunca se falou tanto em humanizar as relações.

A tecnologia veio para encurtar distâncias e hoje podemos contar com uma multiplicidade de canais de relacionamento digitais, que vão de WhatsApp a aplicativos. É verdade que a voz que as redes sociais proporcionaram à comunidade, pode ter tornado as pessoas mais intolerantes, radicais e até agressivas, o que faz parte da quebra de paradigma do momento onde se discute tanto diversidade e as empresas que ainda buscam suas melhores formas de implementar essa condição.

Por fim, uma coisa é certa, a cultura da empatia, diversidade e inclusão vieram para ficar e essas serão atitudes primordiais para lidar com as incertezas e assegurar o sentimento de equipe entre funcionários que estão atuando remotamente. A comunicação deve ser intensa para manter o sentimento de pertencimento. Conciliar o propósito da empresa com o que faz sentido na vida do colaborador, num ambiente empático, de acolhimento e de afeto, certamente reduzirá a ansiedade e depressão. E quanto ao futuro do digital? O que tudo indica é que a partir de agora, ele será o mais humano possível. ■



Foto: Divulgação

**Luciana Berlanga** é gerente de Marketing Digital e E-commerce Latam da Thermo Fisher Scientific Brasil

# O ANGLO LEVA VOCÊ ATÉ O TOPO.

PASSO 6.

**ATINGIR  
O TOPO.**

*E FINCAR A BANDEIRA  
COM: EU VENCII*

PASSO 4.

**SIMULAR  
OS DESAFIOS.**

*TREINE, EXERCITE,  
PRATIQUE, ENSAIE.*

PASSO 5.

**DEFINIR  
O SUPORTE.**

*O TIME DA BASE PRECISA  
SABER O QUE FAZER, COMO  
E QUANDO AGIR.*

PASSO 3.

**SELECIONAR  
O ESSENCIAL.**

*LEVE O QUE É NECESSÁRIO.  
NEM MAIS NEM MENOS.*

PASSO 2.

**ANALISAR  
O ITINERÁRIO.**

*NÃO HÁ TEMPO NEM ESPAÇO  
PARA TRILHAS ALTERNATIVAS.*

PASSO 1.

**RECONHECER-SE.**

*PARA APRIMORAR FORÇAS  
E ELIMINAR FRAQUEZAS.*

**TURMA  
MEDICINA**



**2021**

**ESCOLHA A EXPERIÊNCIA DE QUEM SABE FAZER ESSA TRAJETÓRIA!**

# Sabin até você



## ATENDIMENTO MÓVEL

**VACINE-SE CONTRA A GRIPE, QUANDO E ONDE QUISER, COM CONFORTO E SEGURANÇA.**

A melhor proteção é a prevenção, por isso, chegou a hora de se vacinar contra o vírus da gripe e deixar a imunidade alta para aproveitar ainda mais os bons momentos da vida. E aqui, você encontra a vacina quadrivalente, que garante proteção ampliada contra quatro variações do vírus.

**AGENDE SUA VACINAÇÃO PELO SITE SABIN.COM.BR OU  
VÁ ATÉ A UNIDADE MATRIZ, NA RUA FRANCISCO PAES, 165 - SJC.**



 [www.sabin.com.br](http://www.sabin.com.br)

 **12 2138-9500**

 **61 3012-8399**



**sabin**  
MEDICINA DIAGNÓSTICA