

ANNA RANGEL
DE SÃO PAULO

Para os executivos da [geração Y](#), o fator que mais pesa na tomada de decisão é o conjunto de seus valores pessoais. Em seguida, vem o impacto da ideia sobre os clientes da empresa e as suas ambições profissionais.

As convicções são importantes para 64% dos profissionais que chegaram a cargos de comando (de coordenador em diante), segundo pesquisa realizada neste ano pela consultoria Deloitte.

De acordo com o levantamento, que envolveu 4.300 "millenials" de 29 países, 61% já deixaram de desempenhar uma tarefa que ia contra seus princípios.

Esses dados não significam que as gerações anteriores não levassem seus próprios valores em conta, afirma a professora e gerente do núcleo de carreiras do Insper, Maria Ester Pires da Cruz. Mas, de acordo com ela, os jovens de hoje têm mais oportunidades para fazer com que as suas opiniões influenciem as decisões no trabalho.

Para a norte-americana Barbara Kellerman, especialista em liderança e professora da Universidade Harvard, a internet e as redes sociais têm sido catalisadoras de mudanças que, aos poucos, deixam de privilegiar o executivo "batedor de meta".

"As lideranças devem ter mais cuidado com a repercussão de uma decisão ruim junto a ativistas e ao público em geral nas mídias sociais", diz.

RESPONSABILIDADE

O coordenador de marketing da Ticket, Guilherme Almeida, 29, fica especialmente de olho na recepção do público ao lançar uma nova campanha da empresa, voltada aos cartões-benefício.

Almeida leva em conta sobretudo a diversidade do público. "Trago essa noção da forma como fui educado. Somos um país diverso e é preciso refletir essa variedade, seja num casting ou mesmo no processo criativo", afirma.

Nesse sentido, tende a ganhar força a noção de responsabilidade social nas empresas. O conceito surgiu em meados dos anos 1990, com a explosão do terceiro setor.

"A geração Y, que cresceu durante a expansão das ONGs, entende que a empresa deve oferecer algo positivo para a sociedade, não só para seus acionistas", diz Ademar Bueno, professor e coordenador do LabIES (Laboratório de Inovação, Empreendedorismo e Sustentabilidade) da FGV-SP.

O fundador da Home Refill, Guilherme Aere dos Santos, 26, é um jovem líder cuja meta se baseia em princípios pessoais: popularizar a noção de consumo consciente.

Com o aplicativo criado por ele, é possível montar listas fixas de supermercado, levando em conta os itens mais consumidos em casa.

A ideia é cortar o consumo por impulso pela raiz, segundo Santos, que passou por grandes varejistas antes de colocar sua ideia no papel.

"Há formas de deixar essa cadeia de produção e venda mais inteligente e trazer benefícios à sociedade como um todo, diminuindo a compra desnecessária. A ideia é lançar alguma luz sobre esse desperdício."

*

Karime Xavier/Folhapress



Guilherme Aere dos Santos, 26, CEO do aplicativo Home Refill, que auxilia o consumidor nas suas c

NO TRABALHO, NÃO VIVO SEM... humildade, desafios, prazer e performance. Quero pessoas engajadas, que se complementem e se respeitem em cada interação, que saibam olhar para futuro sem tirar os pés do chão

QUANDO A TECNOLOGIA AJUDA?

Quando é aplicada a serviço das pessoas. Tecnologia boa existe para nos ajudar, em um sentido social e não apenas individual.

A tecnologia populariza ferramentas que antes eram luxo, por isso tem um caráter democrático

e social

QUANDO A TECNOLOGIA ATRAPALHA?

Quando fica antiga ou é aplicada para o mal, para manter as coisas do jeito que estão ou para atender interesses antiquados, como o excesso de consumo

UM EXECUTIVO QUE ADMIRO: Ozires Silva, fundador da Embraer, ex-ministro da Infraestrutura e ex-presidente da Varig. Atualmente, é reitor da Unimonte, em Santos

*

Karime Xavier/Folhapress



política. O estudo também foi realizado por pesquisadores da Suíça e Brasil, em busca de entender o intercâmbio de valores entre as gerações e como isso pode influenciar a tomada de decisões.