

Artigos Livres

Características comportamentais dos gestores da Geração Y: um estudo de caso na incubadora tecnológica de Santa Maria

Behavioral characteristics of Generation Y managers: a case study at the Santa Maria technology incubator

Liara Kipper Missau^I , Diosnel Centurion^{II} 

^I Universidade Federal do Rio Grande do Sul , Porto Alegre, RS, Brasil

^{II} Universidad Americana , Assunção, Paraguay, Brasil

RESUMO

Este trabalho investiga as características comportamentais dos gestores da Geração Y nas empresas instaladas na Incubadora Tecnológica de Santa Maria - RS (ITSM). A Geração Y, composta por indivíduos nascidos após os anos 80, apresenta traços peculiares influenciados pela evolução tecnológica, globalização e outros fatores históricos. A ITSM é um ambiente propício para analisar o perfil empreendedor e as competências desses gestores, uma vez que a incubadora demanda inovação e conhecimento tecnológico. Esta pesquisa utiliza o método de estudo de caso, combinando pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Os objetivos do estudo são delinear o perfil dos gestores da Geração Y na ITSM, verificar a influência do empreendedorismo em seu trabalho e identificar as competências empreendedoras que os caracterizam. As questões investigativas centrais são: qual o perfil dos gestores da Geração Y na ITSM, como o empreendedorismo influencia seu trabalho e quais competências empreendedoras os distinguem. A compreensão dessas características comportamentais e competências empreendedoras contribui para a gestão eficaz dessas empresas e para o desenvolvimento local e regional.

Palavras-chave: Geração Y; Incubadora tecnológica; Comportamento; Empreendedorismo; Competências empreendedoras

ABSTRACT

This paper investigates the behavior of Generation Y managers in technological incubators, with a focus on a case study conducted at the Technological Incubator of Santa Maria - RS (ITSM), located at the Federal University of Santa Maria - RS (UFSM). The main objective is to analyze the characteristics of these managers and their interfaces with entrepreneurial competencies, considering the specific context of the incubated companies in this institution. The research questions how the behavioral characteristics

of this generation influence the management of companies and their compatibility with the innovation and entrepreneurship requirements of technological incubators. Through a case study approach, which involved bibliographic, documentary, and field research, the profile of Generation Y managers in ITSM was delineated, the influence of entrepreneurship on their work was verified, and the entrepreneurial competencies that characterize them were identified.

Keywords: Generation Y; Managers; Technological incubators; Entrepreneurship; Behavioral characteristics

1 INTRODUÇÃO

À medida que o mercado de trabalho passa por transformações significativas, é essencial compreender as características dos profissionais que ingressam atualmente nesse ambiente em constante evolução. Dentre as gerações contemporâneas, a Geração Y tem despertado grande interesse e debate, dada sua centralidade e marcante presença nas organizações. Essa geração, composta por indivíduos nascidos após os anos 80, possui um perfil peculiar e diferenciado, especialmente quando se trata do ambiente corporativo.

Este estudo concentra-se em analisar o comportamento dos gestores da Geração Y em um contexto específico: as incubadoras tecnológicas. Em particular, o estudo de caso foi realizado na Incubadora Tecnológica de Santa Maria - RS (ITSM), situada na Universidade Federal de Santa Maria - RS (UFSM). Essa incubadora desempenha um papel fundamental no processo de incubação de microempresas de tecnologia, oferecendo apoio técnico-científico e financeiro durante um período de até quatro anos, até que as empresas possam migrar para o mercado formal.

As empresas incubadas na ITSM são majoritariamente geridas por jovens universitários recém-graduados, selecionados com base em projetos que abrangem empreendedorismo e inovação tecnológica. Esses jovens são identificados como profissionais da Geração Y, caracterizada por traços comportamentais singulares, como o imediatismo, o questionamento, a busca por resultados a curto prazo, o individualismo e a resistência à hierarquia.

A interação entre as características comportamentais dos gestores da Geração Y e as demandas das incubadoras tecnológicas pode resultar em conflitos e divergências, mas também em contribuições valiosas para as organizações. Nesse contexto, é relevante compreender o perfil desses gestores, suas competências empreendedoras e como esses elementos se relacionam com o ambiente de inovação e empreendedorismo das incubadoras tecnológicas.

Portanto, o presente estudo tem como objetivo principal analisar o comportamento dos gestores da Geração Y nas incubadoras tecnológicas, por meio de um estudo de caso na ITSM. Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: (1) delinear o perfil dos gestores da Geração Y na ITSM; (2) verificar a influência do empreendedorismo no trabalho desses gestores; e (3) identificar as competências empreendedoras que os caracterizam.

A compreensão das características comportamentais dos gestores da Geração Y e suas competências empreendedoras é fundamental para o desenvolvimento de estratégias de gestão eficazes nas incubadoras tecnológicas, bem como para promover o crescimento e a competitividade das empresas incubadas. Além disso, o estudo contribuirá para o avanço do conhecimento sobre a interação entre a Geração Y e o ambiente empreendedor, fornecendo subsídios para o desenvolvimento de programas de capacitação e suporte adequados a essa geração de gestores.

O restante deste artigo está organizado da seguinte forma: a seção 2 apresenta a fundamentação teórica, abordando os conceitos de Geração Y, empreendedorismo e incubadoras tecnológicas; a seção 3 descreve a metodologia utilizada no estudo de caso; a seção 4 apresenta a análise dos resultados; e, por fim, a seção 5 traz as conclusões e recomendações finais do estudo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1.1 Definições de Gerações

A definição de geração tem sido um tema importante nas ciências humanas e sociais, de acordo com Edmunds e Turner (2005) e Feixa e Leccardi (2010). Isso ocorre porque a geração desempenha um papel de identidade, posicionando o indivíduo em um período social e inserindo sua própria história em uma história mais ampla. Rocha (1996) e Ferreira (2008, p. 264) definem gerações como “o conjunto de pessoas nascidas na mesma época” e também como “o espaço de tempo (aproximadamente 25 anos) que vai de uma geração à outra”.

Segundo Oliveira (2009), as semelhanças existentes refletem a vivência de eventos mundiais semelhantes, que de certa forma influenciaram o modo de viver e pensar das pessoas nascidas em determinada época. As experiências comuns de indivíduos de idades semelhantes são como lentes que possibilitam um determinado foco por meio dos quais os eventos são interpretados, com respostas distintas em suas interações atuais entre as gerações (Dencker *et al.*, 2007).

Wade-Benzoni (2002) destaca a relevância da reciprocidade moral no tratamento que a geração atual dispensa à geração futura, da mesma forma que gostariam de ter sido tratados pela geração anterior, e estuda como diferentes relações entre gerações geram conflitos e impactam na efetividade organizacional.

Considerando o contexto apresentado, percebe-se a existência de um elemento comum na maioria das definições, que é a vivência de experiências e de um momento histórico em comum na fase de formação de identidade e socialização. De acordo com Oliveira (2010), o momento atual é especial para reflexões sobre as gerações, uma vez que várias gerações diferentes convivem mutuamente, em números expressivos, influenciando-se entre si e transformando a realidade. O conceito de geração reconhecido e aceito pela sociedade moderna estabelece o período de vinte anos como marco de separação entre as gerações.

Portanto, observa-se um crescente interesse no tema devido a mudanças demográficas, econômicas e culturais, como o envelhecimento da população, pressão sobre a previdência e sistemas de saúde promovidos pelo Estado, e um risco maior de conflitos geracionais decorrentes da escassez de recursos, empregos e das transformações políticas atuais (Edmunds; Turner, 2005).

2.1.2 Classificação das Gerações

A classificação das gerações é importante, pois existem diferenças de atitudes características entre cada uma delas. Essas atitudes interferem de maneira diferente nas escolhas, expectativas e motivações das pessoas, alterando completamente a qualidade dos relacionamentos e promovendo desgastes e perda de energia.

Dessa forma, as gerações (Veteranos, Baby Boomers, X, Y) que coexistem atualmente manifestam influências mútuas e possuem particularidades fundamentais que afetam os relacionamentos entre as gerações, sendo essa a chave para o equilíbrio necessário.

2.1.3 A Geração Y e o trabalho

A geração Y, também conhecida como Millennials, possui expectativas específicas em relação ao trabalho. Eles buscam empresas que ofereçam oportunidades de crescimento na carreira, desenvolvimento profissional, um ambiente agradável e criativo, além de salários e benefícios atrativos (Oliveira, 2010). Esses jovens também têm expectativas em relação aos líderes. Eles esperam que os líderes conheçam o negócio da empresa, forneçam feedback constante, saibam estabelecer prioridades, desenvolvam os membros da equipe, respeitem e estimulem os talentos individuais, sejam objetivos e claros em suas diretrizes e não tenham restrições rígidas em relação a horários e forma de se vestir, mantendo um relacionamento próximo e produtivo (Oliveira, 2010).

A geração Y foi criada em um ambiente em que os pais os superprotegiam e os valorizavam como suas melhores criações. Esses jovens receberam uma educação altamente qualificada e acostumaram-se a ser constantemente elogiados, o que resultou em uma autoestima elevada e um senso de segurança (Lancaster e Stillmann, 2011). Isso se reflete em sua postura no mercado de trabalho, com altas expectativas, autoconfiança e habilidades persuasivas.

De acordo com García, Stein e Ramón (2008), a geração Y é caracterizada por ser silenciosa e determinada. Eles sabem exatamente o que querem e agem de acordo com suas decisões. Esses jovens não pedem permissão, eles agem. Sua formação educacional avançada os torna mais decididos em suas ações. Eles têm uma postura educada diante da hierarquia, mas não demonstram um estrito respeito ou amor/ódio como as gerações anteriores. Eles cresceram com a internet e a tecnologia, estão acostumados com o bombardeio de informações e imagens, e isso fez com que não desenvolvessem paciência ou habilidades de trabalho árduo. Eles não aprenderam a apreciar a leitura, pois podem obter qualquer informação com apenas um clique. Essa geração busca resultados imediatos e valoriza a remuneração com base no desempenho, além de ter preferência por altos salários para manter um padrão de vida elevado.

Outras características da geração Y também afetam as relações de trabalho. Eles foram educados para tomar decisões ativas na família, valorizam a independência e a confiança (Eisner, 2005). Eles apreciam a responsabilidade, desejam feedback imediato e têm uma mentalidade de curto prazo, buscando retorno rápido em seus projetos. Esses jovens não aceitam controle direto, preferem direções claras e apoio dos líderes combinados com liberdade e flexibilidade. Eles são diretos e assertivos. Para eles, o longo prazo significa um ano, e eles têm pressa em enfrentar novos desafios e oportunidades. Eles exigem líderes que estabeleçam limites e os impulsionem para a frente. Além disso, eles buscam ganhar muito dinheiro enquanto constroem suas vidas pessoais e a carreira ideal (Martin, 2005). No entanto, o retorno financeiro não

é a única forma de compensação que importa para eles. Eles desejam fazer parte de equipes de alto desempenho, sempre buscam novos desafios, novas experiências e desejam um reconhecimento explícito e oportunidades de crescimento com base em seu desempenho individual (Hewlett, Sherbin e Sumberg, 2009).

Essa geração é frequentemente elogiada por sua capacidade empresarial. Muitos jovens estão abrindo empresas em números recordes, mesmo durante a idade escolar. Eles estão preparados para se adaptar a novas pessoas, lugares e circunstâncias. Embora trabalhem bem individualmente, eles preferem trabalhar em equipes, pois estão acostumados a interagir com os outros. Eles buscam mudanças e estão prontos para se mover constantemente entre novos projetos, posições, departamentos e locais (Martin, 2005).

Analisando os dias atuais, Amaral (2001, 2013) pondera que, em 2008, a Geração Y representava 20% da população trabalhadora no Brasil. No estado do RS, em 2007, representava 29,7% da população inserida no mercado de trabalho (Vargas, 2009). Esses dados ressaltam a relevância e a influência dessa geração no ambiente profissional.

3 METODOLOGIA

Miguel (2007) ressalta que ao definir a metodologia de pesquisa, é imprescindível ter claramente em mente que o método é o caminho para se chegar a um determinado fim. A importância da metodologia utilizada se justifica pelo necessário embasamento científico. Portanto, essa pesquisa não poderia ser realizada sem a definição dos caminhos a serem seguidos para atingir os objetivos delineados.

Esta seção explora os aspectos metodológicos da pesquisa desenvolvida, abordando as delimitações do estudo, a abordagem metodológica empregada, aspectos referentes à população e amostra estudada, instrumentos e técnicas de coleta de dados utilizados, e análise dos resultados.

3.1 Delimitação do estudo

A investigação proposta, cujo objetivo é analisar as características dos gestores da Geração Y e suas interfaces com as competências empreendedoras existentes, tem como local a Incubadora Tecnológica de Santa Maria (ITSM), localizada no campus da UFSM, no município de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Quanto ao recorte temporal, o estudo coletou e analisou dados referentes ao período compreendido entre os anos de 2013-2014.

Os sujeitos desta pesquisa foram os gestores das empresas instaladas na ITSM, que pertenciam à Geração Y. Cabe esclarecer que não foram questionados aspectos referentes ao processo de gestão da Incubadora.

3.2 Tipo e abordagem de pesquisa

Para alcançar os objetivos pré-estabelecidos neste estudo, surgiu a necessidade de adoção de critérios metodológicos, por meio das técnicas de investigação, recorrendo-se, simultaneamente, a informações documentais e não documentais, através de regras estabelecidas para o método científico. A pesquisa foi um estudo de campo e caracterizou-se como uma pesquisa descritiva, com análise de dados qualitativa.

A pesquisa de campo foi feita com os gestores das empresas instaladas na ITSM, pertencentes à Geração Y, com a finalidade de obter um maior conhecimento sobre essa geração em específico e suas inter-relações com as competências empreendedoras. Nessa linha de raciocínio, Minayo (2000) aponta que a pesquisa de campo visa proporcionar um estudo referente ao modo como vem sendo tratado o tema da pesquisa em uma realidade prática, confirmando os resultados obtidos a partir da pesquisa bibliográfica. Também se utilizou de observações *in loco* e conversas informais com os gestores pesquisados.

No que diz respeito aos objetivos da pesquisa, referem-se à caracterização do objeto estudado. Portanto, a presente pesquisa possui natureza descritiva, utilizando-

se de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário, visando à descrição das características de um evento, fenômeno ou fato (Hair *et al.*, 2005; Malhotra, 2012). Ainda na visão de Hair *et al.* (2005), a pesquisa descritiva consegue expor as características de um grupo, de uma situação ou de uma relação, além de proporcionar informações sobre a presença ou ausência de comportamentos, atitudes, valores, relacionamentos, práticas, condições, entre outros aspectos, tendo em vista a análise dos dados.

3.3 População e amostra

A população-alvo deste estudo são os gestores das empresas instaladas na ITSM, pertencentes à Geração Y. Quanto à amostra, utilizou-se a técnica de amostragem por conveniência, selecionando-se os gestores que estavam disponíveis e dispostos a participar da pesquisa. Assim, a amostra final foi composta por 10 gestores.

3.4 Instrumentos e técnicas de coleta de dados

Para a coleta de dados, utilizou-se um questionário estruturado composto por perguntas fechadas e abertas. O questionário foi desenvolvido com base na revisão bibliográfica realizada, contemplando aspectos relacionados às características dos gestores da Geração Y e suas interfaces com as competências empreendedoras. Além do questionário, também foram realizadas observações in loco e conversas informais com os gestores pesquisados, a fim de obter informações complementares e uma compreensão mais abrangente sobre o tema estudado.

3.5 Análise dos dados

Os dados coletados foram analisados de forma qualitativa e quantitativa. Para a análise qualitativa, realizou-se a categorização e a interpretação dos dados obtidos por meio das respostas abertas do questionário e das observações realizadas. Já para a análise quantitativa, foram utilizadas técnicas estatísticas, como a tabulação dos dados

e a geração de gráficos e tabelas, a fim de identificar padrões, tendências e relações entre as variáveis estudadas. A análise dos resultados foi pautada nos objetivos da pesquisa e nos referenciais teóricos utilizados, visando responder às questões de pesquisa e verificar a coerência com as teorias apresentadas.

3.6 Limitações do estudo

Este estudo possui algumas limitações que devem ser consideradas. Em primeiro lugar, a pesquisa esteve restrita a uma amostra específica de gestores da Geração Y das empresas instaladas na ITSM, o que pode limitar a generalização dos resultados para outras populações ou contextos.

Além disso, o período de coleta de dados foi limitado aos anos de 2013-2014, o que pode não refletir completamente a situação atual dos gestores da Geração Y e suas interfaces com as competências empreendedoras.

Outra limitação foi a utilização de uma abordagem descritiva, que fornece uma visão geral e descritiva das características e inter-relações estudadas, mas não permitiu estabelecer relações de causa e efeito.

Por fim, é importante mencionar que a qualidade dos resultados obtidos está diretamente relacionada à veracidade e sinceridade das respostas dos gestores pesquisados, o que pode estar sujeito a viés de resposta ou interpretação.

Apesar dessas limitações, este estudo buscou contribuir para o entendimento das características dos gestores da Geração Y e sua relação com as competências empreendedoras, fornecendo informações relevantes para o campo da administração e para o desenvolvimento de estratégias e práticas de gestão adequadas a essa geração.

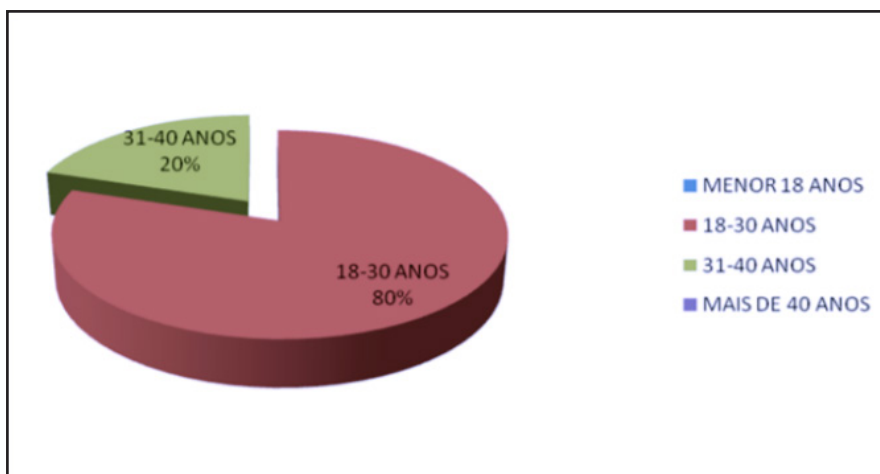
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta parte do texto, apresentamos a análise dos resultados da pesquisa. A análise visou delinear o perfil dos gestores da Geração Y nas empresas da ITSM, verificar

a influência do empreendedorismo nesses gestores e identificar as competências empreendedoras que os caracterizam. A pesquisa de campo foi conduzida por meio da aplicação de dois questionários, abordando as características da Geração Y e as competências empreendedoras. Os dados coletados foram triangulados com o referencial teórico e interpretados qualitativamente e quantitativamente.

Inicialmente, analisamos os dados demográficos dos gestores das empresas instaladas na ITSM (Incubadora Tecnológica Santa Maria) que pertenciam à Geração Y. Com base nas características apresentadas nos gráficos, é possível delinear o perfil desses gestores.

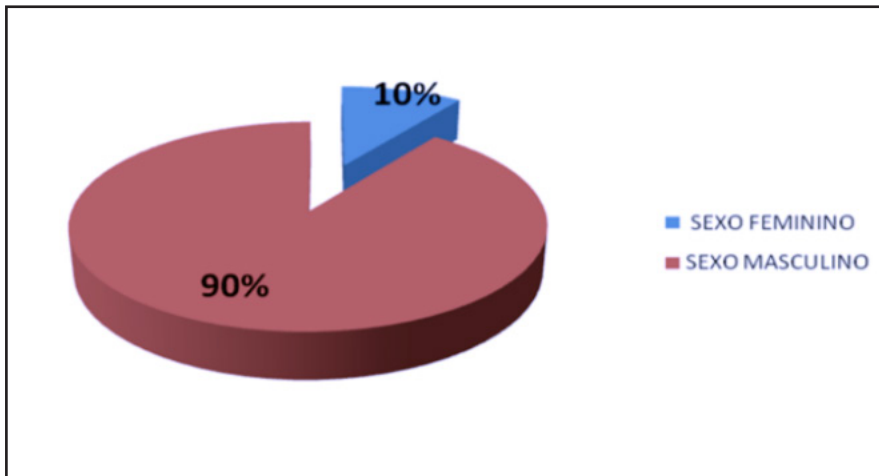
Gráfico 1- Faixa etária dos gestores das empresas instaladas na ITSM



Fonte: elaboração própria

No Gráfico 1, que trata da faixa etária dos pesquisados, observou-se que a maioria dos gestores (80%) está na faixa etária de 18 a 30 anos. Os 20% restantes encontravam-se na faixa etária de 31 a 40 anos. Esses resultados confirmaram a classificação definida pelos autores em relação à faixa etária da Geração Y, que compreende indivíduos nascidos após o ano de 1978 e que, nos anos da pesquisa, possuíam entre 16 e 36 anos. O Gráfico 2 demonstra que 90% dos gestores nas empresas da ITSM eram do sexo masculino, enquanto 10% eram do sexo feminino.

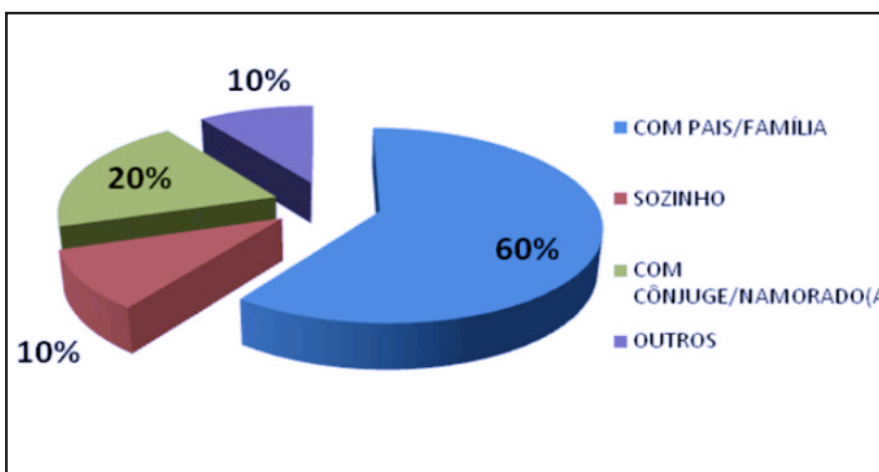
Gráfico 2 – Sexo dos gestores das empresas instaladas na ITSM



Fonte: elaboração própria

Em relação ao status de residência dos gestores, conforme o Gráfico 3, 60% deles moravam com os pais ou família, enquanto apenas 20% moravam com o cônjuge, indicando que estavam constituindo sua própria família. Essa característica da Geração Y é atribuída à dificuldade que esses jovens tinham de sair da casa dos pais, onde possuíam apoio e infraestrutura básica, permitindo-lhes focar em si mesmos e em seus objetivos. Essa postergação da saída de casa pode ser resultado de uma educação mais flexível, proporcionada por pais mais ausentes e focados em suas carreiras, o que gerou um ambiente familiar acolhedor e de superproteção.

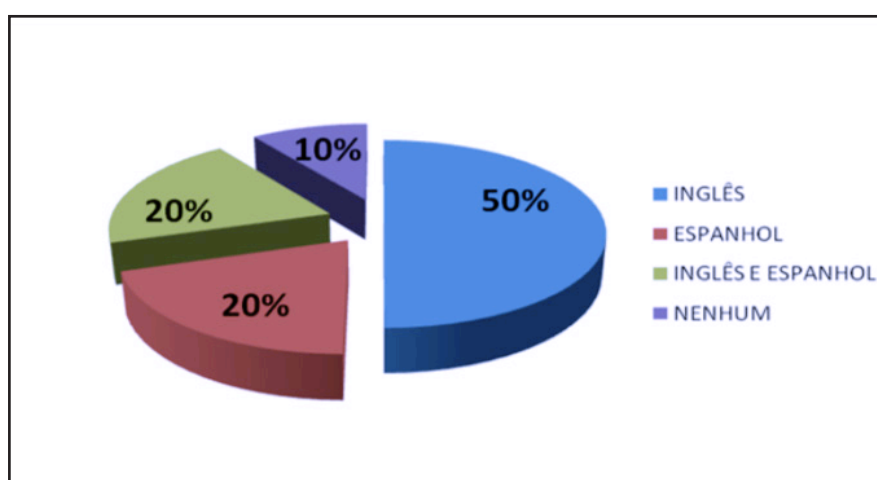
Gráfico 3 – Status de residência dos gestores das empresas instaladas na ITSM



Fonte: elaboração própria

Em relação à fluência em idiomas, o Gráfico 4 mostra que 50% dos gestores possuíam fluência em inglês, 20% em espanhol e 20% em ambos. Apenas 10% não eram fluentes em nenhum outro idioma. Esses dados confirmaram a familiaridade da Geração Y com línguas estrangeiras, especialmente o inglês, resultado do acesso a cursos de idiomas prévios e do contato com outras culturas por meio da internet, jogos eletrônicos, séries, filmes e intercâmbios.

Gráfico 4 – Fluência em idiomas dos gestores das empresas instaladas na ITSM



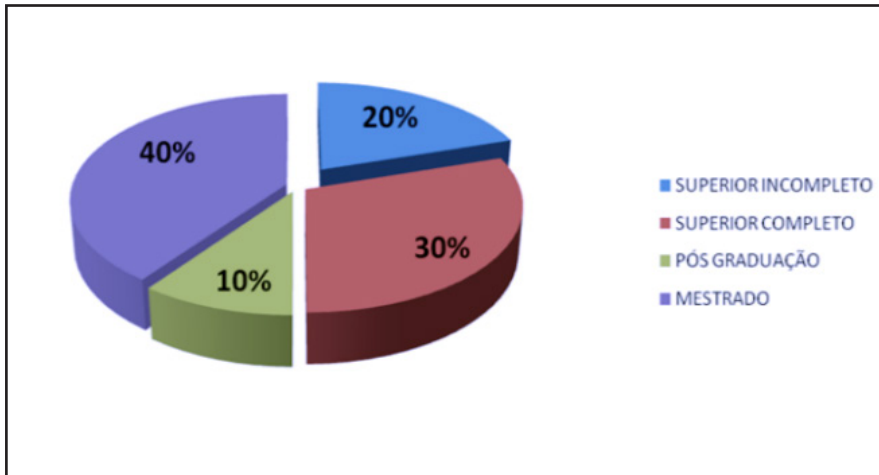
Fonte: elaboração própria

Quanto ao grau de escolaridade dos gestores, o Gráfico 5 revelou que 40% tinham concluído o curso de mestrado, enquanto 10% estavam em vias de concluir um curso de pós-graduação. Isso reflete a importância que a Geração Y atribui ao conhecimento e ao aperfeiçoamento, buscando a competitividade no mercado de trabalho e a estabilidade financeira. Além disso, 30% possuíam curso superior completo e 20% estavam em vias de concluí-lo.

No Gráfico 6, que apresenta os setores das empresas instaladas na ITSM, verificou-se que 30% dos gestores estavam no setor de Tecnologia da Informação, 20% atuavam no setor de Serviços Profissionais, 15% no setor de Marketing e Publicidade, 10% no setor de Saúde e Bem-Estar, 10% no setor de Finanças e 15% em outros setores. Esses dados indicaram uma diversidade de áreas de atuação dos gestores da Geração

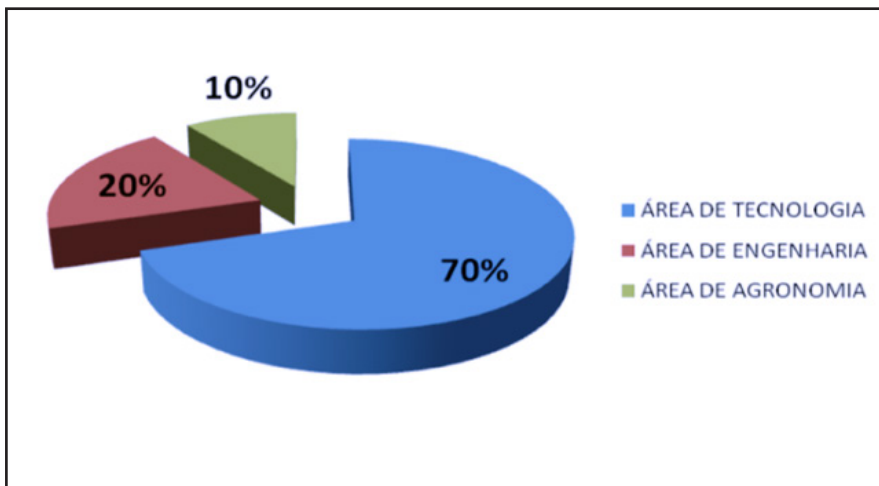
Y na ITSM, demonstrando que eles estavam explorando diferentes oportunidades de negócios e nichos de mercado.

Gráfico 5 – Grau de Escolaridade dos gestores das empresas instaladas na ITSM



Fonte: elaboração própria

Gráfico 6 – Setores que compunham as empresas da ITSM

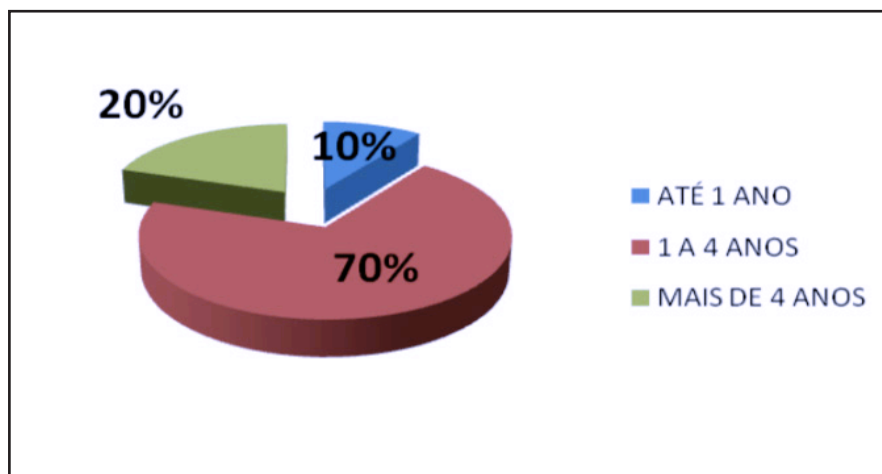


Fonte: elaboração própria

No Gráfico 7, que trata da experiência profissional dos gestores, observou-se que a maioria (70%) possuía entre 1 e 5 anos de experiência, indicando que estão em estágios iniciais de suas carreiras como gestores. Cerca de 20% possuíam entre 6 e 10 anos de experiência, enquanto apenas 10% tinham mais de 10 anos de experiência. Isso

sugere que a Geração Y na ITSM está em busca de novos desafios e oportunidades de crescimento profissional, optando por empreender e liderar suas próprias empresas em vez de seguir carreiras tradicionais.

Gráfico 7 – Tempo de instalação das empresas na ITSM

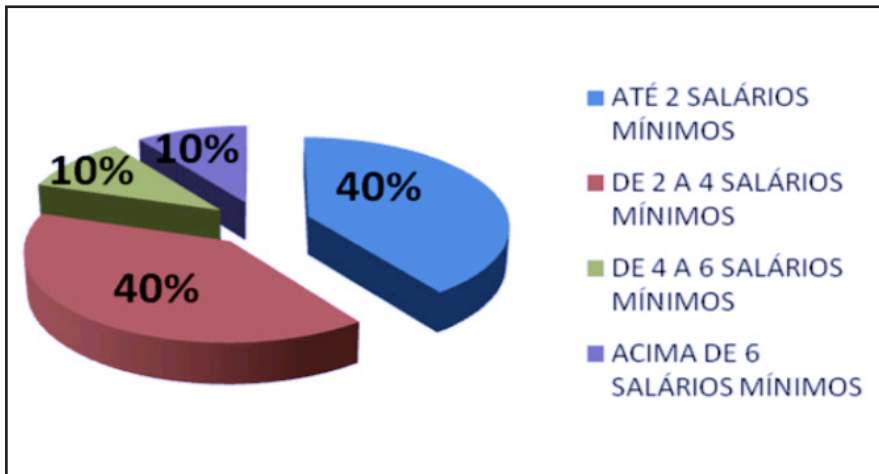


Fonte: elaboração própria

No Gráfico 8, que aborda a formação acadêmica dos gestores, constatou-se que 40% possuíam formação em Administração de Empresas, 20% em Engenharia, 10% em Ciências da Computação, 10% em Marketing, 10% em áreas relacionadas à Saúde e Bem-Estar, e 10% em outras áreas de formação. Esses resultados destacaram a multidisciplinaridade e a variedade de formações acadêmicas presentes entre os gestores da Geração Y na ITSM, o que contribui para a diversidade de conhecimentos e perspectivas nas empresas instaladas na incubadora.

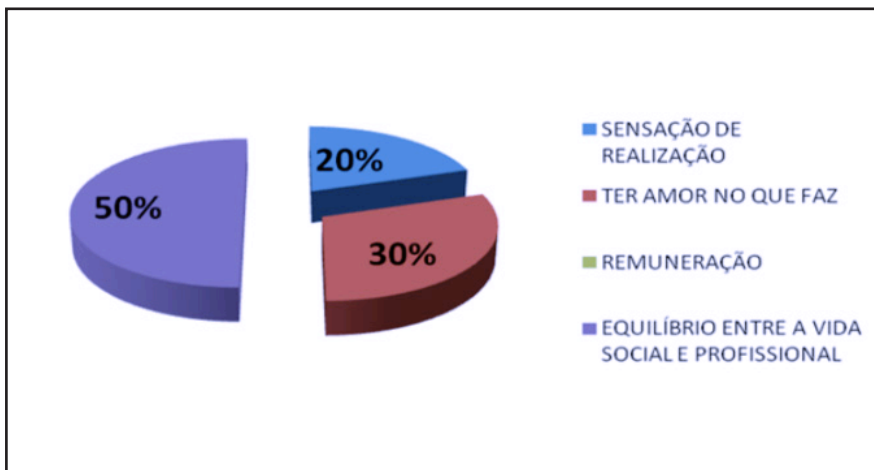
No Gráfico 9, que trata da origem dos gestores da Geração Y na ITSM, foi possível observar a diversidade geográfica dos empreendedores presentes na incubadora. Os dados mostram que 40% dos gestores eram oriundos de cidades próximas à ITSM, enquanto 30% vinham de outras regiões do mesmo país. Além disso, 15% dos gestores eram provenientes de outros países da mesma região geográfica, e 15% eram de regiões geográficas distintas.

Gráfico 8 – Remuneração dos gestores das empresas instaladas na ITSM



Fonte: elaboração própria

Gráfico 9 – Definição de Sucesso para a Geração Y



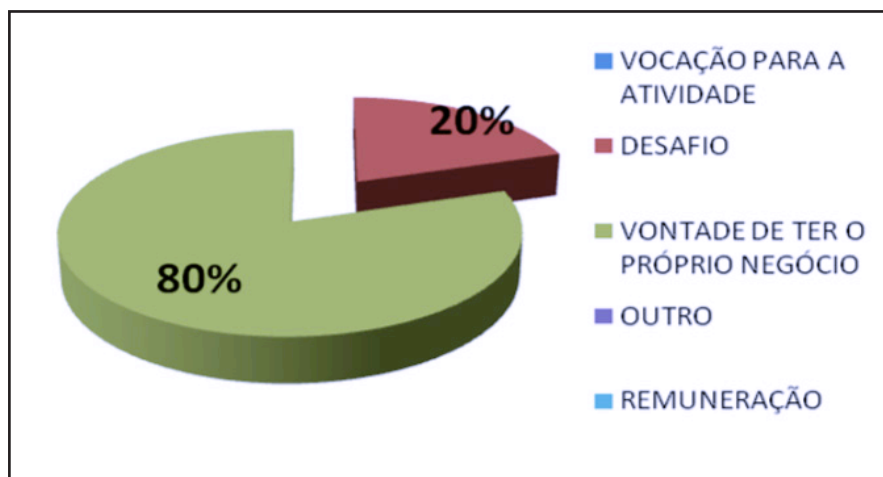
Fonte: elaboração própria

Esses resultados revelaram que a ITSM atraía tanto empreendedores locais como regionais e internacionais. A presença de gestores vindos de diferentes cidades, regiões e até mesmo países contribui para a diversidade cultural e para a troca de conhecimentos na incubadora. Essa variedade de origens geográficas também pode trazer benefícios econômicos, uma vez que os empreendedores trazem consigo perspectivas e experiências únicas, além de estabelecerem conexões e parcerias comerciais em diferentes áreas geográficas.

A diversidade geográfica na ITSM refletiu a atratividade do local como um polo empreendedor e a capacidade da incubadora de atrair talentos de diversas origens. A colaboração e a interação entre gestores com experiências e perspectivas distintas podem impulsionar a inovação e o crescimento das empresas instaladas na incubadora, promovendo um ambiente rico em criatividade e empreendedorismo.

Em resumo, os dados do Gráfico 9 destacaram que a Geração Y na ITSM é composta por gestores provenientes de diversas origens geográficas. Essa diversidade contribui para a criação de um ambiente multicultural e estimula a troca de conhecimentos entre empreendedores de diferentes regiões e países. Essa variedade de origens geográficas é uma das características que tornaram a ITSM um local dinâmico e propício para o desenvolvimento de ideias inovadoras e para a formação de redes de negócios amplas e diversificadas.

Gráfico 10 – Motivo para abertura da empresa na ITSM



Fonte: elaboração própria

Com base nos dados obtidos no gráfico 10 e nas tabelas apresentadas, é possível observar que as características empreendedoras descritas no texto foram responsáveis por impulsionar as atitudes dos gestores das empresas da ITSM, revelando sinais de um perfil empreendedor nos pesquisados.

Tabela 1 – Relação da Geração Y com a tecnologia e a informática

AFIRMAÇÕES	FREQUÊNCIA				
	1	2	3	4	5
A tecnologia e a informática fazem parte da minha vida	-	-	-	-	10
A internet é o meio de comunicação que mais utilizo	-	-	2	1	7

Fonte: elaboração própria

Na Tabela 1, que mostra a relação da Geração Y com a tecnologia e a informática, todos os dez pesquisados concordaram totalmente que a tecnologia e a informática fazia parte de suas vidas. Quando questionados sobre se a internet é o meio de comunicação que mais utilizavam, oito pesquisados concordaram e dois não concordaram nem discordaram. Isso demonstrou que a familiaridade com a tecnologia, característica marcante da Geração Y, também se confirmou nos gestores das empresas na ITSM.

Tabela 2 – Características pessoais da Geração Y

AFIRMAÇÕES	FREQUÊNCIA				
	1	2	3	4	5
Sou autoconfiante e otimista em relação ao futuro	-	-	1	3	6
Estou acostumado a realizar diversas tarefas ao mesmo tempo	-	-	-	5	5
Estou acostumado com a diversidade (étnica, de idiomas, tradições familiares, opção sexual, por exemplo)	-	-	-	3	7
Sinto-me confortável com as mudanças	-	-	-	3	7
Busco equilíbrio entre vida pessoal e profissional	-	-	1	2	7
Possuo menor apego ao trabalho/preferência por qualidade de vida	6	4	-	-	-

Fonte: elaboração própria

Na Tabela 2, que apresentou as características pessoais da Geração Y, pôde-se observar que a maioria dos pesquisados concordou com as afirmações. Nove dos entrevistados concordaram totalmente que possuíam autoconfiança e otimismo em relação ao futuro, estavam acostumados a realizar diversas tarefas ao mesmo tempo, estavam acostumados com a diversidade e se sentiam confortáveis com as mudanças. Além disso, nove pesquisados concordaram que buscavam equilíbrio entre vida pessoal

e profissional. No entanto, em relação à característica de possuir menor apego ao trabalho e preferência por qualidade de vida, todos os dez entrevistados discordaram dessa afirmação, o que contradisse o que é comumente atribuído à Geração Y.

Tabela 3 – Características da Geração Y no ambiente de trabalho – Colaboração/networking/autonomia e flexibilidade/comprometimento/ desempenho operacional e burocrático

AFIRMAÇÕES	FREQUÊNCIA				
	1	2	3	4	5
Sei que é necessário atuar colaborativamente para alcançar os objetivos da organização	-	-	-	3	7
Possuo facilidade para desenvolver <i>network</i>	-	-	1	4	5
Valorizo a autonomia e flexibilidade ao executar as minhas atividades	-	-	-	4	6
Sou comprometido com valores e objetivos da organização	-	-	-	3	7
Não gosto de desempenhar atividades operacionais	-	-	1	3	6
Tenho dificuldade em lidar com procedimentos burocráticos (horário, por exemplo)	-	-	-	3	7

Fonte: elaboração própria

Esses resultados indicaram que as características pessoais dos gestores pesquisados, que pertenciam à Geração Y, estavam alinhadas com o que é descrito na literatura sobre essa geração. No entanto, a preferência por qualidade de vida não se manifestou de forma predominante nesse grupo, o que pode ser explicado pelo contexto organizacional e pela demanda por atitudes empreendedoras, foco em resultados e comprometimento com a organização.

Tabela 4: Características da Geração Y no ambiente de trabalho, ansiedade e insegurança

AFIRMAÇÕES	FREQUÊNCIA				
	1	2	3	4	5
Tenho ansiedade para que as coisas aconteçam na empresa	-	-	1	4	5
Sou inseguro devido á falta de experiência	7	3	-	-	-

Fonte: elaboração própria

Além disso, nas tabelas 3, 4 e 5, que abordam as características da Geração Y no ambiente de trabalho, foi possível observar que a maioria dos pesquisados concordaram com as afirmações relacionadas à colaboração, networking, autonomia e flexibilidade, comprometimento e desempenho operacional. Isso indicou que os gestores da ITSM apresentaram características da Geração Y em seu ambiente profissional, demonstrando a importância desses aspectos para o seu trabalho.

Tabela 5 – Características da Geração Y no ambiente de trabalho visão sobre a carreira

AFIRMAÇÕES	FREQUÊNCIA				
	1	2	3	4	5
Tenho ansiedade por rápida ascensão na carreira	-	-	1	4	5
Sou individualista e comprometido com minha própria carreira	7	2	1	-	-

Fonte: elaboração própria

No geral, os resultados mostraram que as características da Geração Y são evidentes nos gestores das empresas da ITSM, com exceção da preferência por qualidade de vida. Esses gestores apresentaram características empreendedoras e demonstram familiaridade com a tecnologia, o que estava alinhado com as características descritas na literatura.

5 CONCLUSÕES

Neste estudo sobre os gestores da Geração Y em uma Incubadora Tecnológica, foram alcançados todos os objetivos propostos, permitindo traçar conclusões relevantes acerca do perfil desses gestores, da influência do empreendedorismo sobre eles e das competências empreendedoras que os caracterizam.

No que diz respeito ao primeiro objetivo específico de delinear o perfil dos gestores da Geração Y nas empresas instaladas na ITSM, os resultados da análise dos dados revelaram que esses gestores apresentam um perfil distintivo próprio dessa geração. Características como familiaridade com tecnologia, criatividade, imediatismo,

ousadia, autoconfiança, caráter questionador e busca por novas experiências e reconhecimento foram traços marcantes do perfil desses gestores.

Já em relação ao segundo objetivo específico, que buscou verificar a influência do empreendedorismo sobre os gestores da Geração Y, constatou-se que esses jovens gestores mesclavam as características típicas da Geração Y com atributos empreendedores necessários para a atuação corporativa. Além das características mencionadas anteriormente, os gestores demonstraram comprometimento, liderança, proatividade, inovação e uma busca constante por desafios. Essa combinação entre o perfil da Geração Y e as competências empreendedoras evidenciou a influência do empreendedorismo sobre esses gestores na ITSM.

No desenvolvimento do terceiro objetivo específico, que visava identificar as competências empreendedoras que caracterizam os gestores da Geração Y na ITSM, verificou-se que muitas dessas competências necessárias para o sucesso nos negócios já estavam presentes nos gestores investigados. Três competências empreendedoras se destacaram: as competências de oportunidade, que envolvem a identificação e o desenvolvimento de oportunidades; as competências sociais, que englobam habilidades de comunicação, persuasão e relacionamento; e as competências de comprometimento, que favorecem a continuidade dos esforços em função dos negócios e metas estabelecidas, incluindo a proatividade.

A partir da análise dos resultados dos objetivos específicos, foi possível constatar a interface entre as características dos gestores da Geração Y na ITSM e as competências empreendedoras desenvolvidas por eles. Essa interação resulta em um perfil que combina traços comportamentais típicos dessa geração com características empreendedoras necessárias para a atuação corporativa, resultando em gestores empreendedores, criativos e inovadores.

O empreendedorismo exerce uma influência significativa sobre esses jovens gestores na ITSM, ao ponto de desempenharem um papel essencial no contexto organizacional, fazendo uso de suas competências empreendedoras para conduzir

seus negócios de forma determinada e comprometida. Essas competências empreendedoras não são meramente adquiridas por meio de manuais de administração, mas são construídas a partir da combinação de atributos pessoais, como determinação, comprometimento, criatividade e persistência, aliados a atitudes empreendedoras.

Essas conclusões revelaram que os gestores da Geração Y na ITSM possuíam um perfil empreendedor sólido e estavam preparados para enfrentar os desafios do mundo dos negócios, aproveitando as oportunidades e contribuindo para o desenvolvimento e a inovação no ambiente da incubadora. Essa combinação entre características geracionais e competências empreendedoras os coloca em uma posição vantajosa para a liderança e o sucesso no contexto empresarial atual.

REFERÊNCIAS

AMARAL, E. Virando gente grande: como orientar os jovens em início de carreira. **Journal of Management**, v. 27, p. 755 - 775, 2001.

AMARAL, E. **Geração Y**. 2008. Disponível em < <http://www.serhumanorh.com.br/eventos/thbrasil2008/palestra/elizabethamaral.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

DENCKER, J. *et al.* Employee benefits as context for intergenerational conflict. **Human Resource Management Review**, [S.l.], v. 17, n. 2, p. 208-220, 2007.

EDMUNDS, J; TURNER, B. S. Global Generations: social change in the twentieth century. **The British Journal of Sociology**, London, v. 56, n. 4, 2005.

FEIXA, C; LECCARDI, C. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 25, n. 2, mai-ago 2010.

FERREIRA, A.B. H. **Aurélio: o dicionário da língua portuguesa**. Coordenação: Marina Baird Ferreira e Margarida dos Anjos. Curitiba: Ed. Positivo, 2008.

HAIR, J. F.; BARIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Bookman, 2005.

INCUBADORA TECNOLÓGICA DE SANTA MARIA(ITSM) – Disponível em : <<http://www.ufsm.br/itsm>> . Acesso em 15 mar. 2013.

LANCASTER, L. C.; STILLMAN, D. **O Y da questão**: como a Geração Y está transformando o mercado de trabalho. São Paulo: Saraiva, 2011.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

MARTIN, C.A. From high maintenance to high productivity: what managers need to know about Generation Y. **Industrial and Commercial Training**, [S.l.], v. 37, n. 1, p. 39- 44, 2005.

MIGUEL, P. Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução. **Revista Produção**, online, v. 17, n. 1, p. 216-229, jan/abr, 2007.

MINAYO, M. (org.). **Pesquisa social**: teoria método e criatividade. 16. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

OLIVEIRA, S. **Geração Y**: era das conexões – tempo de relacionamentos. São Paulo: Clube dos Autores, 2009.

OLIVEIRA, S. **Geração Y**: o nascimento de uma nova versão de líderes. São Paulo: Integrare Editora, 2010.

ROCHA, R. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 10. ed. São Paulo: Scipione, 1996.

VARGAS, M. A. Na era da conexão: Conquistar a Geração Y é desafio para as empresas. **Zero Hora**, Economia, p. 29, Porto Alegre, 14 ago. 2009.

WADE-BENZONI, K. A Golden Rule Over Time: Reciprocity in Intergenerational Allocation Decisions. **Academy of Management Journal**, [S.l.], v. 45, n. 5, p. 1011-1028, 2002.

Contribuição de Autoria

1 – Liara Kipper Missau

Mestrado em Administração pela Universidad Americana del Paraguay

<https://orcid.org/0009-0001-9374-816X> • missauliara@gmail.com

Contribuição: Contribuição: Conceituação, Metodologia, Escrita – revisão e edição, Validação

2 – Diosnel Centurion

Doutorado em Comunicação Internacional pela Macquarie University

<https://orcid.org/0000-0002-2656-183X> • lensoid@gmail.com

Contribuição: Conceituação, Metodologia, Escrita – revisão e edição, Validação

Como citar este artigo

MISSAU, L. K.; CENTURION, . D. Características comportamentais dos gestores da Geração Y: um estudo de caso na incubadora tecnológica de Santa Maria. **Revista Sociais e Humanas**, Santa Maria, v. 37, e84009, 2024. DOI: 10.5902/2317175884009. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2317175884009>.