

*Melhorando a vida de mulheres e meninas*

*através de programas que levam a*

*capacitação econômica e social.*

## Soroptimista Internacional das Américas

***Millennials*: Perfil da Geração**

**Nascidos entre 1982-2000**

**Faixa etária em 2017: 17-35**

**Perspectiva da geração: Esperançosa**

Esta geração é o futuro da SIA! Também conhecida como a Geração Y, os *Millennials* são a maior população do mundo e até 2025, serão 75% da força de trabalho global. Eles foram erradamente referidos como intitulados, autocentrados, com déficit de atenção, imaturos, e incapazes de comunicação interpessoal. Na realidade, eles são praticantes do objetivo-orientado, podem facilmente realizar várias tarefas, e assim como os *Baby Boomers*, são trabalhadores em equipe. Não subestime o valor de trazer jovens sócias *Millennials* para seu clube!

Ao contrário de seus colegas mais velhos da Geração X, *Millennials* têm uma visão muito positiva do mundo. Impulsionados pela felicidade pessoal e valorizando experiências personalizadas, *Millennials* acreditam que podem e vão fazer um impacto. Eles querem fazer a diferença, dando seu apoio a uma causa que se preocupam.

Assim como a Geração X, não gostam que vendam a eles. Vão ativamente pesquisar preços e ler comentários antes de fazer uma compra – confiam mais nesses comentários do que nas promessas dos anunciantes. Eles não têm vergonha de “compartilhar” informações pessoais – tanto *online* quanto *off-line*. *Millennials* também vão livremente “compartilhar” o que gostam e o que não gostam. Em uma era de mídia social e *reality shows* na TV, isto é normal para os *Millennials*. O conceito de compartilhar também ressoa nos *Millennials* quando se trata de objetos materiais, por exemplo *Zipcars* (compartilhamento de carros) e *AirBnB* (compartilhamento de propriedade de férias).

*Millennials* têm grande expectativas e sua paciência é curta – eles cresceram com a gratificação instantânea através da tecnologia. É a primeira geração a crescer com a internet – eles não se lembram de quando ela não existia. Estão em uma palavra – conectados. Trabalhar com tecnologia é a segunda natureza para eles, e isto tem lhes dado uma perspectiva global. Para essa geração “comunidade” não tem de ser necessariamente local, mas uma rede global que é facilmente acessível.

Ao crescer, as gerações anteriores receberam independência e liberdade, por exemplo, sem supervisão na hora da brincadeira– sair de casa numa bicicleta de manhã e voltar só na hora do jantar. *Millennials* foram protegidos, criados com estruturas, e toda atividade foi programada para focar no aprendizado e realização.

Seus pais (a maioria *Baby Boomers* e os mais velhos da Geração X) renunciaram ao tempo livre para focar apenas sobre eles e foram muito protetores (capacetes de bicicleta, cadeirinhas de carro, certificando-se que as cafeterias não tinham pasta de amendoim, etc.). Esse tipo de comportamento forjou fortes relacionamentos familiares. *Millennials* valorizam as opiniões e recomendações de seus pais e ativamente procuram por seus conselhos.

Quando eram crianças, os *Millennials* eram tratados como adultos – recebendo voz igual na casa, até mesmo influenciando a maioria das compras da casa como comida, computadores, férias, carros, etc. Isso os levou a uma falta de compreensão e a não gostarem de hierarquia. Por outro lado, com pais muito envolventes e protetores, o fracasso pode ser muito assustador para eles. *Millennials* podem ser desafiados nas áreas de independência e em novas tarefas que exigem habilidades de resolução de problemas.

*Millennials* são positivos e seu nível de confiança é alto – eles foram constantemente elogiados enquanto cresciam e recompensados pelas participações, não apenas por suas realizações. Por exemplo, no trabalho eles estarão entusiasmados e prontos para se jogarem e fazer com que as coisas funcionem, mas precisam de uma direção clara e reafirmação de que estão no caminho certo. É esperado deste grupo ganhar novas habilidades (pessoais e profissionais) assim como novas funções e responsabilidades a cada 12-24 meses. Neste sentido, eles estão ansiosos para assumir papéis de liderança, mas podem se afastar daquelas funções que exigem um compromisso de tempo prolongado ou indefinido. Eles se destacam em liderança de projetos individuais, numa base *ad hoc*. Flexibilidade e construção de amizade com seus colegas no local de trabalho também é importante para os *Millennials*.

Características dos *Millennials*

*Valores*

* A auto-expressão é mais importante que o autocontrole
* O auto-*marketing* e marca são importantes
* Procuram equilibrar estilo de vida e trabalho, com mais foco no estilo de vida
* Respeito deve ser conquistado; não é concedido livremente com base na idade, autoridade ou título

*Atributos*

* Adaptam-se rapidamente e são resilientes
* Almejam mudança e desafio
* Criam constantemente
* Comprometidos e leais quando se dedicam a uma ideia, causa ou produto
* Aceitam outros de diversas origens facilmente e abertamente
* Globais em perspectiva

*Estilo de trabalho*

* Querem saber como o que eles fazem se encaixa no panorama completo
* Necessidade de entender como tudo se encaixa
* Enxergam seu trabalho como uma expressão de si mesmos, não uma definição de si mesmos
* Excepcionais multidisciplinares— necessitam de mais de uma atividade acontecendo no momento
* Procuram flexibilidade nas horas de trabalho e no código de vestimenta

*Fontes e referências*

Generation Y. (n.d). Retrieved from <http://www.valueoptions.com/spotlight_YIW/gen_y.htm>.

Ivey, L. (February 4, 2015. How to manage multi-generational nonprofit staff and volunteers [Webinar] In *Nonprofit Webinar Series*. Retrieved from http://www.nonprofitwebadvisor.com/schedule/detail/How-to-Manage-Multi-Generational-Nonprofit-Staff-Volunteers.

Sladek, S. (2014) *Knowing Y: Engage the Next Generation Now.* Washington, DC. ASAE: The Center for Association Leadership.