



LOS JÓVENES DE ENTRE 20 Y 30 AÑOS TIENEN EN SUS MANOS EL FUTURO DEL TERCER SECTOR

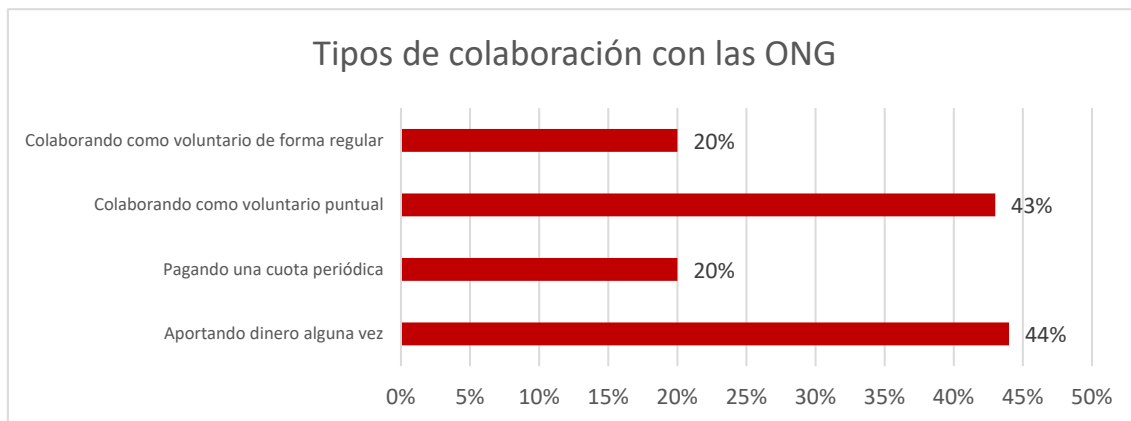
## **El 84 % de las ONG siente dificultad a la hora de atraer a la generación Z a su causa social**

- La Fundación Botín ha elaborado, junto a Darwin & Verne Mazinn, Flecher.co y Work for Social, el informe 'La relación de la Gen Z con el tercer sector' para analizar las siete causas sociales que más preocupan a este colectivo: desempleo juvenil, ayuda al desarrollo, empoderamiento femenino, infancia, sostenibilidad medioambiental, salud mental y educación.
- El documento pone de manifiesto que, aunque los jóvenes dicen estar concienciados con las causas sociales, su participación es muy baja. Casi la mitad de los encuestados asegura haber colaborado como voluntarios puntuales (43 %) o aportando dinero de forma ocasional (44 %).
- Solo el 20 % de los Z colabora con cuotas periódicas. Entre las razones que los motiva a apoyar económicamente a alguna ONG se cuentan la confianza (85%), el colectivo receptor (80 %) y la utilización de fórmulas más innovadoras al dirigirse a ellos para solicitar su apoyo (59 %).
- En general, los jóvenes tienen una buena percepción de las organizaciones sociales, a las que considera más ágiles y cercanas que las instituciones públicas. El 63 % de los encuestados asegura que, ante una catástrofe, las ONG responden más rápido.
- Por todo ello, los días 21 y 22 de septiembre tendrá lugar en la sede de la Fundación Botín en Madrid el evento THINK X SOCIAL, una iniciativa a través de la cual se buscarán soluciones creativas que impulsen el compromiso de los jóvenes para garantizar la sostenibilidad del tercer sector.

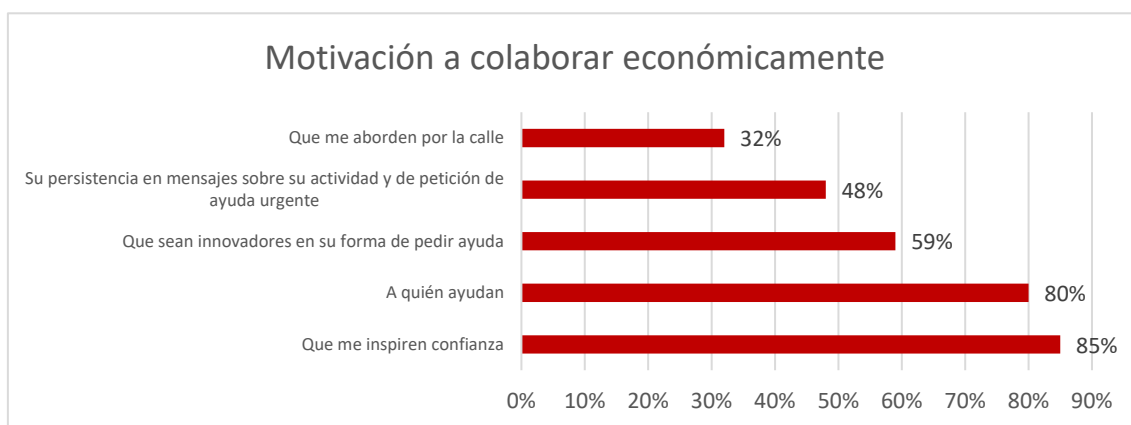
*Madrid, 18 de septiembre de 2023.*- En España existen más de 30.000 organizaciones sociales que prestan atención a casi 13 millones de personas en riesgo de pobreza y exclusión social. La crisis económica, el impacto de la pandemia y los cambios en los hábitos de la sociedad, han puesto en peligro la supervivencia de muchas de ellas, que necesitan la colaboración de los más jóvenes para garantizar su sostenibilidad en los próximos años. Según el informe 'La relación de la Gen Z con el tercer sector', desarrollado por Darwin&Verne Mazinn en colaboración con la Fundación Botín, Flecher.co y Work for Social, **el 84 % de las ONG españolas siente dificultad para conectar con la generación Z y acercarlos a sus causas sociales.**

Ésta es tan sólo una de las conclusiones del estudio, del que también se desprende que, aunque la participación de la Gen Z es muy baja, ellos aseguran estar motivados y concienciados con las causas sociales, si bien en su caso parece haber cambiado el modo en que se involucran con

ellas. Así, **casi la mitad de los jóvenes que han colaborado con entidades del tercer sector en alguna ocasión lo han hecho como voluntarios puntuales (43 %) o aportando dinero de forma ocasional (44 %)**. La participación es todavía más baja cuando hablamos de una mayor involucración, ya que **el 92 % de las ONG no tienen ningún miembro de la generación Z participando en su gobernanza**.



Todo apunta a que, **entre los jóvenes de 20 a 30 años, se ha perdido el modelo de “socio” y tan sólo el 20 % de los encuestados colabora con cuotas periódicas**. Entre las razones que les motiva a apoyar económicamente a una ONG, **el 85 % coincide en afirmar que la confianza es un factor determinante, así como el colectivo receptor de la ayuda (80 %)**. Además, **el 59 % demanda que las organizaciones utilicen formas más innovadoras a la hora de dirigirse a ellos para solicitar su ayuda**. También valoran factores como la transparencia o la cercanía, que permita una comunicación bidireccional y mayor accesibilidad a la hora de involucrarse en las iniciativas.



Aunque los miembros de la generación Z conocen los problemas sociales a nivel mundial, les mueve más el impacto y las necesidades que observan en su entorno más cercano: **el 47 % de los encuestados opina que primero deberían cubrirse las problemáticas o necesidades de nuestro país**. En este sentido, y con el objetivo de entender cómo reducir el *gap* que se da entre la generación Z y las ONG, en este trabajo de Darwin&Verne Mazinn en colaboración con la



Fundación Botín, Flecher.co y Work for Social, **se han analizado siete causas sociales** - desempleo juvenil, ayuda al desarrollo, empoderamiento femenino, infancia, educación y sostenibilidad medioambiental y salud mental- **que preocupan especialmente al público juvenil**, detectando los principales aspectos a tener en cuenta, así como los desafíos a afrontar en cada una de ellas. Así, la dificultad de acceder al mercado laboral y las condiciones precarias e inestables, visibilizar las situaciones a las que se enfrentan las mujeres en su rutina profesional y que no deberían normalizarse -aunque se tienda a hacerlo-, fomentar iniciativas que frenen el *bullying* o aumentar el valor que otorgan a la salud mental las personas, son algunos de los desafíos apuntados.

En general, los Z tienen una buena percepción de las organizaciones sociales, a las que consideran más ágiles y cercanas que las instituciones públicas. Por esta razón, **el 63 % de los encuestados opina que, ante una catástrofe, las ONG responden de forma más rápida que los organismos oficiales**. De hecho, el 43 % prefiere colaborar con las primeras cuando se solicita ayuda para una emergencia. Como punto de mejora, consideran que las entidades del tercer sector deberían ser más transparentes: un 49 % muestra temor sobre si el dinero que dona pueda o no llegar donde se necesita.

### **THINK X SOCIAL, un evento para acercar a los jóvenes al tercer sector**

Con el objetivo de ayudar a las más de 30.000 organizaciones sociales que existen en España a renovar su base social y garantizar así su sostenibilidad económica en los próximos años, **los días 21 y 22 de septiembre tendrá lugar el evento THINK X SOCIAL en la sede de la Fundación Botín en Madrid (C/ Castelló 18C)**. Esta cita reunirá a las ONG y a los mejores profesionales del marketing, la publicidad y la comunicación para trabajar juntos en equipos multifuncionales, poniendo en común su creatividad y recursos para resolver este reto tan necesario.

Organizado por la Fundación Botín junto a la agencia creativa Flecher.co y Work for Social -especializados en acercar el talento al tercer sector-, en este evento también colaboran Darwin & Verne Mazinn, APG Spain, la Asociación de Marketing de España, el Club de Creativos, Volutare, U4Impact y Global Pro Bono Network, así como empresas y entidades del Tercer Sector.

Durante dos días, **los siete equipos participantes trabajarán para generar estrategias, ideas y campañas que sensibilicen, capten y fidelicen a la generación Z en su relación con el tercer sector**. Además, las sesiones de trabajo serán dinamizadas por expertos en metodologías de co-creación y *design thinking*. Así, la primera jornada tendrá lugar una dinámica de creatividad en la que los participantes elaborarán un decálogo sobre cómo atraer a los jóvenes a las causas sociales definidas, además de talleres en las que identificar iniciativas concretas para cada una de las ONG. El segundo día se presentarán las propuestas desarrolladas para cada organización y se elegirá la iniciativa/s ganadora/s, aquella/s que recibirá/n el apoyo necesario para su puesta en marcha.

### **Sobre Talento Solidario**



Talento Solidario es un programa de la Fundación Botín dirigido a impulsar el fortalecimiento del tercer sector. Su objetivo es ayudar a ONG pequeñas y medianas en la mejora de su eficiencia interna, la incorporación de talento externo, el fomento de la innovación y el impulso al trabajo en Red. En los 13 años que el programa lleva operando, **se han desarrollado más de 7.300 iniciativas que han beneficiado a más de 4,5 millones de personas.**

La Fundación Botín desarrolla este programa a través de dos convocatorias. La convocatoria de Talento Solidario está destinada a mejorar la eficiencia interna de las organizaciones, mientras que 'El Desafío' fomenta la colaboración y la innovación entre ellas.

*\*Los medios de comunicación interesados en cubrir este evento, pueden hacerlo acreditándose antes en los contactos de prensa que figuran bajo estas líneas.*

.....

### **Fundación Botín**

*La Fundación Marcelino Botín fue creada en 1964 por Marcelino Botín Sanz de Sautuola y su mujer, Carmen Yllera, para promover el desarrollo social de Cantabria. Hoy, más de cincuenta años después, la Fundación Botín contribuye al desarrollo integral de la sociedad explorando nuevas formas de detectar talento creativo y apostar por él para generar riqueza cultural, social y económica. Actúa en los ámbitos del arte y la cultura, la educación, la ciencia y el desarrollo rural, y apoya a instituciones sociales de Cantabria para llegar a quienes más lo necesitan. La Fundación Botín opera sobre todo en España y especialmente en Cantabria, pero también en Iberoamérica. [www.fundacionbotin.org](http://www.fundacionbotin.org)*

### **Para más información:**

**Fundación Botín**

María Cagigas

[mcagigas@fundacionbotin.org](mailto:mcagigas@fundacionbotin.org)

Tel.: 942 226 072

**Trescom**

Sara Gonzalo / Rosa Estarellas / Cristina Moreira

[sara.gonzalo@trescom.es](mailto:sara.gonzalo@trescom.es) / [rosa.estarellas@trescom.es](mailto:rosa.estarellas@trescom.es) / [cristina.moreira@trescom.es](mailto:cristina.moreira@trescom.es)

Tel.: 618 43 13 89