**HABLAMOS DEL COMPROMISO DE LOS JÓVENES CON LA ACCIÓN SOCIAL EN EL NUEVO CAPÍTULO DEL PÓDCAST “LAS PREGUNTAS DE LA FUNDACIÓN BOTÍN”**

**Los jóvenes reclaman nuevas formas de relacionarse y participar con el Sector Social**

* **En el nuevo capítulo del pódcast de la Fundación Botín se da respuesta a la pregunta ¿Por qué pensamos que los jóvenes no son solidarios? Los jóvenes sí son solidarios, pero su forma de involucrarse ha cambiado, ya que prefieren dedicar su tiempo a una labor social antes que a la colaboración económica tradicional.**
* **Según el informe “La relación de la Generación Z con el Tercer Sector”, realizado por la Fundación Botín, la consultora creativa** **Mazinn & Darwin Verne, la agencia de publicidad Flecher.co y la organización Work for Social*,* solo el 15 % de las ONG consigue atraer a jóvenes a su causa social y únicamente el 20 % de la generación Z colabora con cuotas periódicas.**
* **En el debate de este pódcast participan Blanca Fernández, cofundadora de *It’s Time To Think;* María Gimeno de la Hoz, de la Fundación Lo Que De Verdad Importa, y los galardonados con el Premio Princesa de Girona: Arancha Martínez, fundadora y presidenta de It-willbe y Congo, y Antonio Espinosa de los Monteros, director ejecutivo de Auara y LIUX.**
* **Durante la conversación, se aportan algunas ideas para que este grupo de edad participe en las acciones del Tercer Sector destacando, principalmente, sentirse escuchados y que las ONG sean transparentes.**

*Santander, 18 de junio de 2024*.- El Tercer Sector se erige como un actor fundamental para atender las necesidades sociales emergentes y promover la igualdad. Sin embargo, las nuevas generaciones han cambiado su forma de relacionarse con las organizaciones e instituciones sociales y ya no responden a la manera tradicional de colaborar. Esto pone de manifiesto la importancia de renovar la base social con este colectivo para garantizar su sostenibilidad futura.

En el quinto episodio del pódcast **“Las preguntas de la Fundación Botín”**,bajo el título ***¿Por qué pensamos que los jóvenes no son solidarios?***, analizamos los retos a los que se enfrentan actualmente las empresas y organizaciones sociales, en un contexto económico marcado por la volatilidad, la incertidumbre y los cambios constantes, en el que se percibe que los jóvenes no se involucran socialmente, lo que puede dar lugar a pensar que no son solidarios.

En esta ocasión, contamos con la participación de **Blanca Fernández**, cofundadora de It’s Time To Think; **Arancha Martínez**, fundadora y presidenta de It-willbe y Congo, y Premio Princesa de Girona; **Antonio Espinosa de los Monteros**, director ejecutivo de Auara y LIUX, y Premio Princesa de Girona, y **María Gimeno de la Hoz**, relaciones públicas en la Fundación Lo Que De Verdad Importa, coincidiendo todos ellos en que los jóvenes sí que son solidarios.

**Los jóvenes, dispuestos a implicarse y ayudar, pero con otro enfoque**

Tal y como recoge el informe **“La relación de la Generación Z con el Tercer Sector”**, impulsado por la Fundación Botín,Mazinn & Darwin Verne, Flecher.co y Work for Social, solo el 15 % de las ONG consigue atraer a jóvenes a su causa social y únicamente el 20 % de la generación Z colabora con cuotas periódicas a alguna causa social. Sobre esto, **Arancha Martínez** considera que, a pesar de que estas cifras parecen indicar lo contrario, los jóvenes sí son solidarios. “Cuanto más jóvenes, más solidarios somos, ya que precisamente a mayor edad y responsabilidad es cuando perdemos la inocencia y, a veces, también esas ganas de cambiar el mundo”. **Blanca Fernández** coincide con ella y señala que es importante generar pensamiento crítico en este grupo de edad. “Los jóvenes quieren escuchar y pensar, pero en ocasiones no les resulta atractivo ir a charlas que recurren al modelo de conferencia tradicional. Por eso, hay que transformar estos encuentros en eventos sociales donde haya un ambiente dinámico y un espacio abierto, en el que el público tenga la oportunidad de expresar su opinión libremente y enriquecerse con las reflexiones de los demás”.

**Antonio** **Espinosa de los Monteros** insiste en esta idea y afirma que “no es equivalente que los jóvenes no colaboren con una ONG, a que estos no sean solidarios”. Para él, lo que está ocurriendo con la participación de este colectivo en las ONG tradicionales tiene que ver con dos cuestiones: Por un lado, si estas quieren llegar a un público joven, es esencial que cuenten con las nuevas generaciones en sus equipos. Y, por otro, como el modelo de ingresos de las propias organizaciones está basado en cuotas mensuales, no tiene sentido dirigirlo al grupo de población que menor poder adquisitivo tiene, dejando atrás otras posibles formas de colaborar.

Ante este escenario, ¿qué están dispuestos a ofrecer a cambio? **María Gimeno de la Hoz** lo tiene claro: “su tiempo y sus conocimientos”. Así, defiende firmemente que los jóvenes están dispuestos a ayudar y a comprometerse, pero de una manera diferente a la que se hacía antes. Está convencida de que, si se enamoran de un proyecto, estos van a dedicar su tiempo al 100 %.

**Transparencia y ser escuchados: los requisitos de la juventud para involucrarse**

Según datos del citado informe, un 75 % de las ONG no dispone de jóvenes en su plantilla y un 72 % reconoce que tiene entre 0 y 25 voluntarios regulares correspondientes a las nuevas generaciones. Frente a esta situación, **Gimeno de la Hoz** puntualiza que “el problema, en muchas ocasiones, es más nuestro, que no sabemos cómo llegar a este grupo de edad. No es solo una cuestión sobre qué canales utilizar, sino la forma en la que lo hacemos. Lo que necesitan las nuevas generaciones es que se les escuche, pues una vez que tienes su atención, se involucran. Piden también más transparencia y que se les ponga en valor”.

En línea con la idea de Antonio Espinosa de los Monterossobre incorporar el talento joven a los equipos del Tercer Sector, **Arancha Martínez** añade que no es fácil y que hace falta mucha resiliencia para que las personas que llevan muchos años en las organizaciones se abran a nuevas formas de trabajar. “Los jóvenes nos traen nuevas ideas, pero creo que se les escucha menos de lo que se debería si queremos que sean realmente parte del sector y que nos ayuden a construir una sociedad más justa”, incide. Asimismo, cree que “los jóvenes están un poco más lejos de lo que es el concepto de ONG tradicional, pero no del de solidaridad, ni del impacto social”.

Por su parte, **Espinosa de los Monteros** afirma que “mientras haya transparencia, voluntad de impacto y unos resultados que se puedan comprobar, no importa si lo haces desde una empresa social, una ONG o una fundación. Se trata de transparencia y claridad: qué haces y cómo lo haces”.

El pódcast de la Fundación Botín nace para crear un espacio de diálogo para dar respuesta a cuestiones muy presentes en la vida diaria -que abarcan desde el arte, la cultura, la educación, la ciencia o el desarrollo rural- y, de esta forma, compartir distintas visiones de expertos.

**Puedes escuchar ya el último capítulo en:** [**Spotify**](https://open.spotify.com/show/3fLRL5zDZts8OvkGvpkXiF?si=3cv1kLOnTmK85eV48fRckA)**,** [**iVoox**](https://www.ivoox.com/es-arte-contemporaneo-tomadura-pelo-audios-mp3_rf_123400338_1.html)**,** [**Podimo**](https://share.podimo.com/s/Ey0dzIxE)**,** [**YouTube**](https://www.youtube.com/watch?v=vYDM-dOzAWc)**,** [**Apple Podcast**](https://podcasts.apple.com/es/podcast/las-preguntas-de-la-fundaci%C3%B3n-bot%C3%ADn/id1717595164)**,** [**Google Podcast**](https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy9lZDlhMjYyNC9wb2RjYXN0L3Jzcw)**, así como en la web de la** [**Fundación Botín**](https://fundacionbotin.org/podcast/)**.**

**…………………………………………………………**

***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, sesenta 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
Tel.: 942 226 072

**Trescom.** Sara Gonzalo / Andrea Gutiérrez / Miriam Sánchez
sara.gonzalo@trescom.es / andrea.gutierrez@trescom.es / miriam.sanchez@trescom.es
Tel.: 615 18 41 66 / 691 975 137