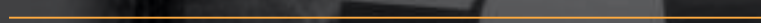


Thinxsocial

THINK **X** SOCIAL

LA CREATIVIDAD COMO AGENTE DE CAMBIO

La relación de la Gen Z con el Tercer Sector.



01.

Briefing/Estudio

La Relación de los Z con el Tercer Sector



Metodología

Se han revisado más de 20 estudio de terceros que podrás ver en el anexo.

Además de 2 estudios propios:

- "Cómo mejorar los modelos de captación" para una ONG desde D&V y Mazinn en 2022: 4 sesiones de discusión con 24 jóvenes participantes.
- "Cuál es la perspectiva sobre los jóvenes desde las ONGs" por la Fundación Botín a sus ONGs colaboradores: 88 ONGs respondiendo a la encuesta.

Para entender cómo podemos reducir el gap entre la Gen Z y las ONGs en las causas estudiadas.

Conclusiones Clave

Respecto de las Ong

Un 84,3% de las ongs afirma tener dificultad para atraer a la GenZ a su causa social.

Un 46,1% tiene entre 0-10% de jóvenes socios en su red y base de datos. En total un 84% afirma tener menos de un 30% de jóvenes en sus bases de datos, red, etc.

El 93% afirma que en su relación con jóvenes, estos responden a actividades puntuales y esporádicas.

En cuanto al talento joven en el tercer sector, un 43% responde que en sus plantillas tienen una cantidad no significativa de jóvenes GENZ y un responden que menos de la mitad. Estas cifras suben cuando pasamos a hablar de sus órganos de gobierno donde el 92% no tiene a ningún joven.

Analizando el voluntariado, un 72% responden que tiene entre 0-25 jóvenes voluntarios regulares.

Es un público que no va a ser fidelizado a largo plazo sino que su manera de comprometerse e interactuar es a través de la participación activa que les involucre personalmente y de manera puntual en causas sociales (les mueve la variedad de causas).

92% de las ONGs no tiene ningún Gen Z (1995-2010) involucrado en sus órganos de gobierno.

Respecto de los Z

Uno de cada cuatro jóvenes de entre 16 y 34 años no conoce ninguna ONG.

El 45% de los jóvenes menores de 35 años que han colaborado en alguna ocasión con alguna Ong ha sido por algún amigo o familiar.

El 65% de los jóvenes les cuesta más comprometerse socialmente y asumir compromisos y obligaciones.

El 43% opina que las ong tienen una buena imagen en la sociedad y prefiere colaborar con ONG antes que con otras instituciones cuando se solicita ayuda urgente.

La mayoría de los jóvenes consideran que las Ong son políticamente independientes y ayudan a los que más lo necesitan por encima de criterios ideológicos

49% de los jóvenes dice que las aportaciones económicas que se dona a las ONGs pueda no acabar llegando siempre donde se necesita. Falta de transparencia.

59% de los jóvenes menores de 35 años se ven motivados a colaborar económicamente si la ONG se acerca de una manera innovadora a ellos.

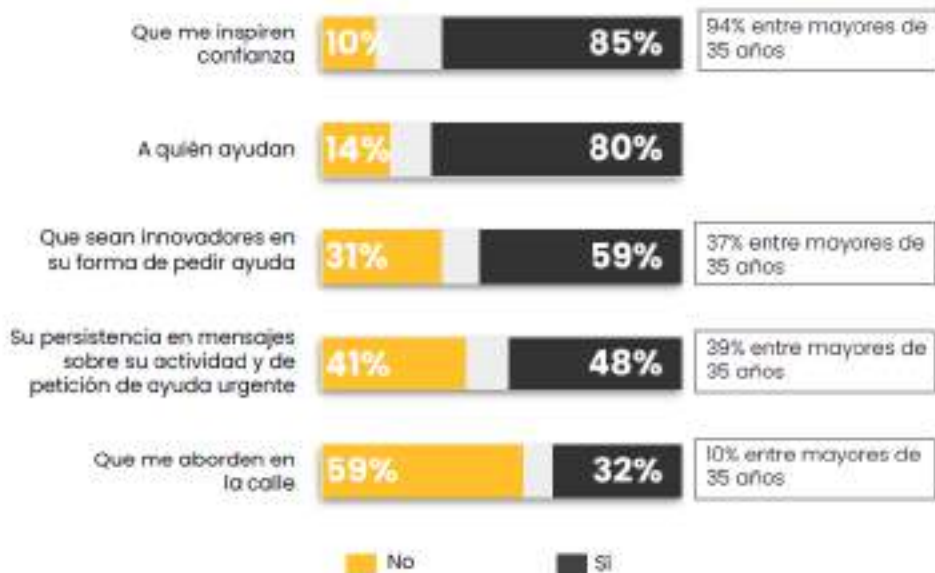


¿Qué percepción tienen los Z de las ONGs?

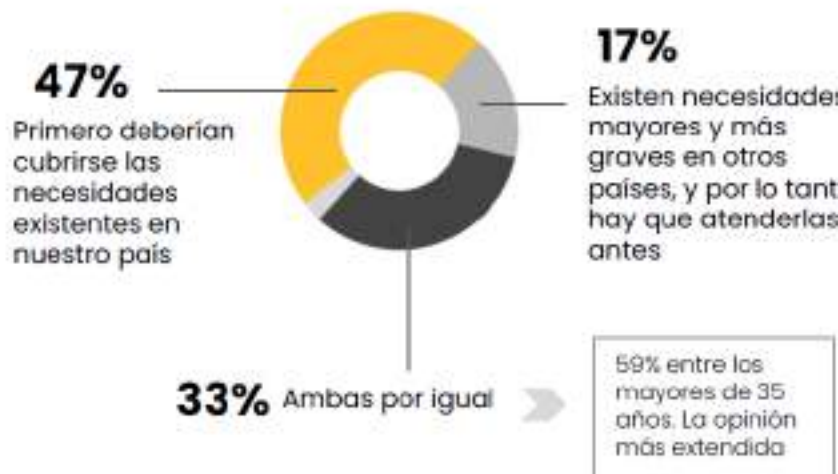
La cercanía es clave para conectar con nosotros

Conocemos las causas que afectan a nivel mundial, pero nos mueve más el impacto y necesidades que podemos observar en nuestro entorno cercano. La cercanía genera confianza, lo cual es clave para conectar con los jóvenes.

Motivación a colaborar económicamente (1)



Prioridad en las necesidades (1)

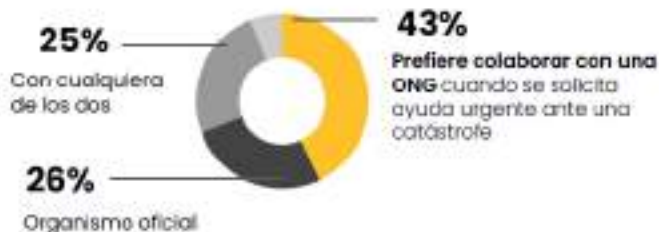
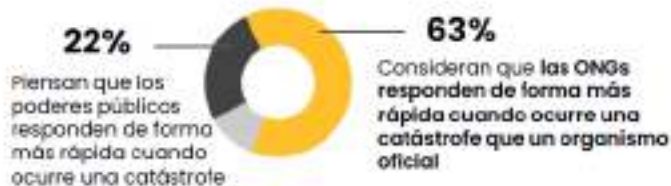


*Datos obtenidos de las fuentes especificadas en la bibliografía

La institucionalidad es clave del pasado

Los Z percibimos que las grandes organizaciones son lejanas a nosotros porque tienden hacia modelos de gestión y comunicación poco transparentes y anticuados. Las ONGs tienen una percepción positiva pero también deben mejorar en la transparencia.

Percepción de las ONGs (1)



Transparencia (1)

Un 49% dice temer que el dinero que se dona a las ONGs pueda no acabar llegando siempre donde se necesita..



¿Por qué desconfiamos de la institucionalidad?

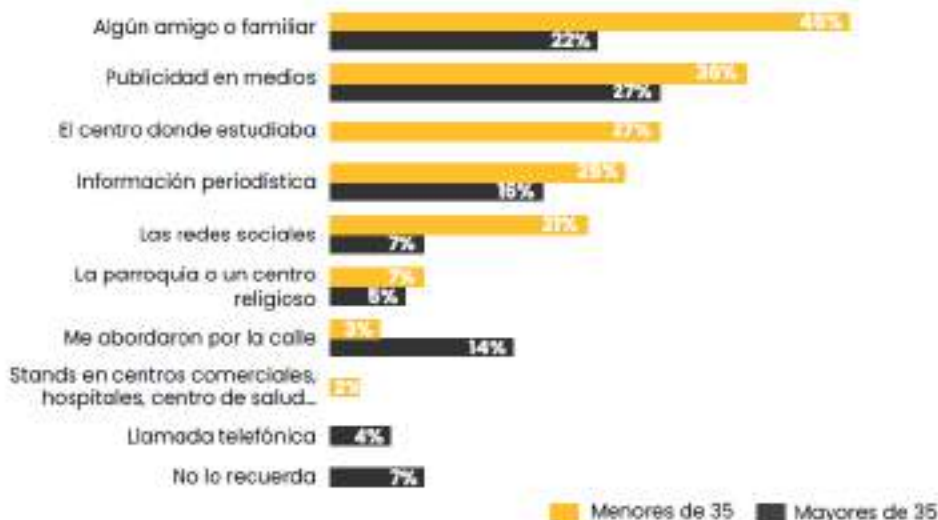
- Ausencia de agilidad e innovación: Las instituciones son grandes y jerárquicas esto hace que veamos "lo que ellas quieren que veamos".
- Rigidez de procesos: La burocracia es lenta y nosotros buscamos inmediatez en todo los aspectos de nuestra vida.
- Formalidad en la comunicación: Percibimos sus mensajes como lejanos y poco naturales.

Existen nuevos canales

La Gen Z utiliza 6,5 RRSS de media y pasa más de 1h 30 minutos al día en ellas (2). La naturaleza de los nuevos canales es uno de los principales factores de cambio en la relación de los jóvenes con las ONGs aunque no la principal vía de conocimiento de estas.

Vías de conocimiento de las ONGs (1)

Los jóvenes que sí han colaborado con ONGs en alguna ocasión las han conocido por...



*Datos obtenidos de las fuentes especificadas en la bibliografía

Canales cercanos

- Instagram, TikTok o Whatsapp son los canales cercanos para nosotros. Es donde nos gusta tener un acercamiento hacia las organizaciones que despiertan nuestro interés.

Mensajes comprensibles y bidireccionales

- Estos nuevos canales nos dan la opción de interactuar con el contenido, aunque esto, solo sucederá si nos aportan un valor real, ya sea de entretenimiento, aprendizaje, conexión con otros...
- Necesitamos una evolución de los mensajes institucionales y formales a nuestro lenguaje y códigos. Queremos sentirnos partícipes de la conversación y conectar con el propósito colectivo.

Iniciativas locales

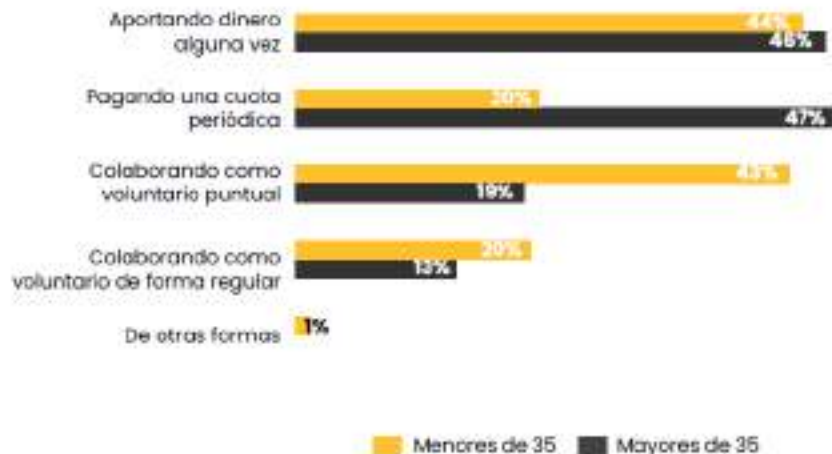
- La gestión local aporta mayor presencia, agilidad y dinamismo a las iniciativas. Además se presentan como acciones más accesibles a la hora de que queramos involucrarnos.

Demandamos nuevas formas de colaborar

Como veíamos anteriormente, que sean innovadores en la forma de pedir ayuda motiva al 59% de los jóvenes a colaborar económicamente frente al 37% de los mayores de 35. En cuanto a la colaboración también se buscan nuevas maneras...

Tipos de colaboración con las ONGs (1)

Los jóvenes que si han colaborado con ONGs en alguna ocasión lo han hecho...



*Datos obtenidos de las fuentes especificadas en la bibliografía

"Ver gente uniéndose para conseguir un mismo fin me toca la médula"
-Eva, 24 años

*Testimonio obtenido de una sesión grupal de Mazinn con 2s

El apoyo a causas sociales se ha democratizado

- Hoy en día, influencers, marcas, fundaciones.. Existen muchos tipos de organizaciones que desarrollan iniciativas sociales y a través de las cuales puedes dar tu apoyo.
- La oferta de actividades para apoyar causas es más amplia que nunca y un campo donde muchas organizaciones y marcas ya están innovando.
- Especialmente creadores de contenidos (también conocidos como influencers, streamers, youtubers) están siendo capaces de involucrar a su comunidad en causas sociales.

Ejemplos de iniciativas innovadoras en el apoyo de causas sociales



Festival de música Grimay x Palestina.
Grimay desarrolla un festival de música urbana donde todos los beneficios irán destinados a los proyectos en Palestina de la asociación "Payasos en Rebelión".



Competición de videojuegos Ibainéfico.
Ibai, a través de su marca personal en colaboración con la ONG "Médicos sin fronteras", organiza un evento donde muchos famosos compiten en distintos videojuegos mientras hay una recaudación de dinero para la ONG.



Limpieza de fondo marino con Mar de Fondo.
Esta empresa de impacto social, desarrolla actividades para los empleados de empresas relacionadas con el cuidado y concienciación de los mares.

Valoramos otras maneras de prescribir el mensaje

La prescripción desde la Generación Z pasa por la identificación con la marca que representa a la organización que van a prescribir. Queremos sentirnos identificados con toda la imagen que representa la marca.

Queremos ser embajadores de marca

- Ya hay marcas comerciales que trabajan con embajadores de marca, con modelos que les involucran, les permiten crear y ponen en valor su rol de prescripción a otros.
- Autonomía y empoderamiento son los valores que hacen que este modelo conecte con la Gen Z.



RESPONSABILIDADES

- Sé el embajador de Red Bull.**
Representa a la marca de alto nivel premium.
- Conoce tu mercado y tus localizaciones para detectar y establecer tendencias.**
Busca continuamente nuevas oportunidades para Red Bull.
- Aumentar distribución, Asegurar estabilidad, Hacer pedidos.**
Ayuda a que Red Bull sea más disponible y visible para nuestros consumidores.
- Generar prueba de producto.**
Ayuda al crecimiento temprano de nuestro producto.

¡INICIA TU CARRERA!

Wings de Red Bull.
Programa de embajadores enfocado a jóvenes y basado en el desarrollo de acciones de marketing.
Fomenta el desarrollo profesional de los jóvenes dándoles herramientas y retándoles para mejorar.

**¿Qué percepción tienen
las ONGs de su relación
con la Gen Z?**

Sentimos dificultad para conectar con los jóvenes

Existe una concienciación en las ONGs sobre las dificultades a la hora de conectar con los jóvenes. Algunas responsabilizan más a los jóvenes y otras más a las formas de comunicación y recursos de las ONGs.

Percepción de la problemática (2)

Un 84% admite que sienten dificultad a la hora de conectar con la Gen Z..



Un 81% indica que es un tema importante para su ONG..



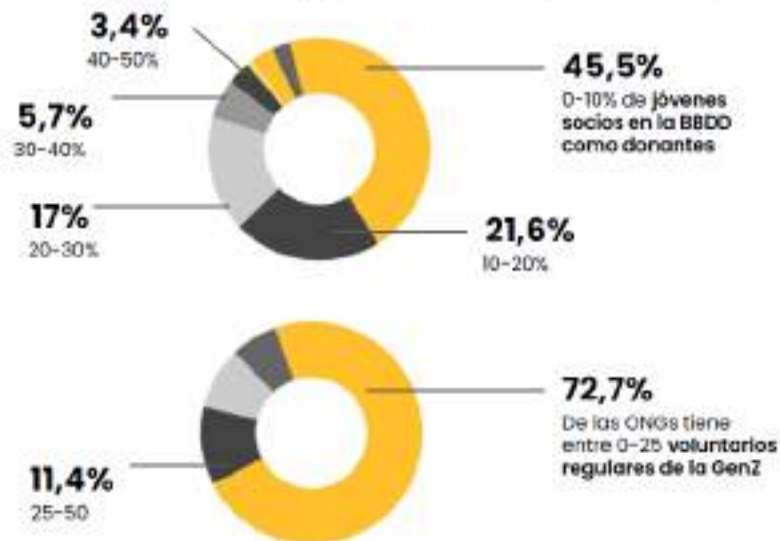
Principales barreras según las ONGs

- "Falta de atención, motivación, sensibilización y compromiso por parte de los jóvenes hacia las causas sociales."
- "Barreras económicas y falta de poder adquisitivo."
- "Diferencias en el uso y manejo de tecnologías y plataformas digitales."
- "Necesidad de adaptar formatos y canales de comunicación específicos para este segmento."
- "Dificultad en adaptarse a su lenguaje y tipos de contenidos que les interesan."

La participación bajo el modelo actual es baja

Veíamos, en el apartado anterior, que sí hay motivación y concienciación de la Gen Z por las causas sociales. Sin embargo, bajo los modelos actual de participación que ofrece una ONG, existe una participación regular baja por parte de la Gen Z.

Participación regular de los jóvenes (3)



Involucración en gobernanza (3)



La variedad de causas nos mueve

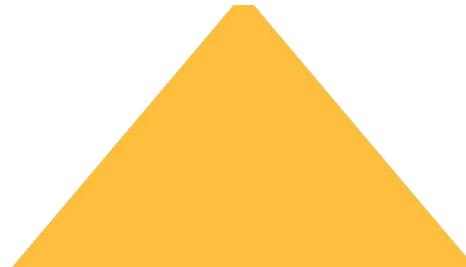
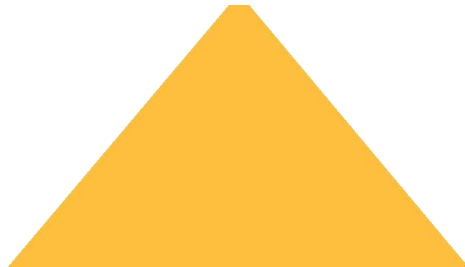
- La participación regular a través de la donación o el voluntariado se está perdiendo.
- Como veíamos anteriormente, los jóvenes prefieren aportar dinero alguna vez (44%) o colaborar como voluntario puntualmente.
- La variedad de causas y la flexibilidad para movernos entre ellas nos atrae ya que nos aporta autonomía y se ajusta más a nuestro estilo de vida.
- La Gen Z difícilmente será fidelizada a largo plazo.

Hay un gap entre el compromiso que buscan las ONGs y el compromiso que buscan los jóvenes.

Sí hay motivación para colaborar pero... hay que encontrar el 'cómo' que encaje con ambas partes.

▪

Causas sociales que les preocupan a los Z



01

**Desempleo
juvenil**

02

**Ayuda al
desarrollo**

03

**Empoderamiento
de la mujer**

04

**Ayuda a la
infancia**

05

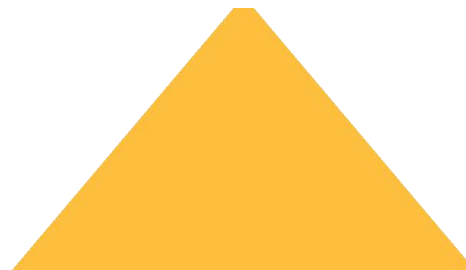
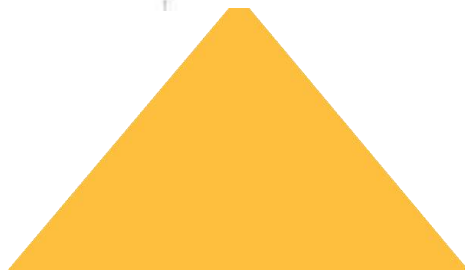
**Sostenibilidad
medioambiental**

06

Educación

07

Salud mental



Desempleo juvenil

El desempleo juvenil en España es un fenómeno complejo y multidimensional que afecta de manera desproporcionada a la Generación Z.



La tasa de paro para este grupo de edad se situó en el 38,7% en el tercer trimestre de 2021 ⁽⁴⁾, (por encima de la media nacional del 14,8%), es decir, casi cuatro de cada diez jóvenes españoles no tienen trabajo ni lo buscan activamente.



La precariedad, la temporalidad, la falta de oportunidades y la competencia global condicionan el mercado laboral. Los Z buscan desarrollar sus habilidades, expresar su identidad y contribuir a la sociedad, pero también quieren estabilidad, flexibilidad y conciliación.

Solo el 20% de los jóvenes universitarios tiene un empleo relacionado con su carrera. ⁽¹⁰⁾

El 65% de los jóvenes con trabajo tiene un contrato temporal. ⁽¹¹⁾

El 45% está preocupado por su futuro laboral debido a la falta de oportunidades de empleo. ⁽⁹⁾

El 51,9% de los jóvenes estaban en situación de empleo precario antes de la pandemia, esta situación se ha agravado con el COVID-19. ⁽⁷⁾

La alta tasa de paro, la baja calidad del empleo y la escasa adaptación a las demandas y los intereses de los jóvenes Z son algunos de los factores principales que condicionan esta causa. Se necesita fomentar una cultura de trabajo que reconozca y valore el talento y el potencial de la Gen Z como un activo para el desarrollo del país.



Adecco colabora con empresas, instituciones educativas y organismos gubernamentales para promover el acceso al empleo de los jóvenes, organizando ferias o programas de formación y orientación laboral entre otros.



Playz es la plataforma de contenido digital para jóvenes de RTVE. Los contenidos difundidos a través de diferentes canales, abordan temas y preocupaciones Z, generando debate y acompañamiento.



El futuro laboral de los jóvenes es un tema presente en la actualidad que genera conversaciones y contenidos en los espacios digitales.

Desafíos a trabajar


- 01** La escasez de ofertas, la competencia y los requisitos de formación y experiencia que exigen las empresas dificultan la entrada al mercado laboral.
- 02** Condiciones laborales precarias e inestables (*contratos temporales, salarios bajos, horarios irregulares...*) que dificultan la autonomía económica, el bienestar y la proyección de futuro del Z.
- 03** La incertidumbre sobre el futuro del trabajo y las habilidades que se demandarán.

Aspectos a tener en cuenta


- 01** **Fomentar el trabajo flexible y remoto** para ampliar las oportunidades laborales y superar barreras geográficas o personales.
- 02** **Condiciones laborales justas y salarios adecuados** que cubran las necesidades básicas de los trabajadores.
- 03** **Trabajar hacia la igualdad de género en el empleo**, incluyendo la igualdad de oportunidades y la eliminación de la brecha salarial.

Salud mental

La salud mental es un estado de bienestar mental que permite a las personas hacer frente a los momentos de estrés de la vida, desarrollar todas sus habilidades, poder aprender y trabajar adecuadamente y contribuir a la mejora de su comunidad.

 Según la **OMS entre un 10 y un 20 por ciento de los jóvenes sufren algún problema de salud mental o de comportamiento** y alrededor de dos millones de jóvenes sufren trastornos mentales. Estas cifras nos sirven para recordar que el **cuidado de la salud mental de las personas jóvenes es en cualquier sociedad un imperativo para la construcción del futuro.**

 **Los problemas de salud mental pueden tener un impacto significativo en la calidad de vida de una persona y en su capacidad para llevar a cabo actividades diarias** como trabajar, estudiar y relacionarse con los demás.

 Cuatro de cada 10 españoles aseguran no gozar de una buena salud mental y casi **el 75% de la población está convencida de que ha empeorado** para todos durante los últimos años. Pero el estigma persiste: un **40% de las personas diagnosticadas con un problema de salud mental ha sentido rechazo social por parte de su entorno.** (2)



110.4K

Hola, estupendas 🥰



8725

Hay Isabel, psicóloga del ...



18.2

Relacion



8507555

https://www.ies...

Somos Estupendas: El canal de salud mental que cuenta con más de 165 k de seguidores en Tik Tok. Creada y gestionada por psicólogas, propone talleres y cursos de terapia en línea.



Organizaciones y empresas se suman a la causa y buscan brindar apoyo para millones de personas que se enfrentan a problemas de salud mental mediante campañas, acciones e iniciativas.

Crece los programas y podcast donde se habla de la salud mental desde una perspectiva cercana y real que ayuda a los jóvenes a entenderse y a generar en ellos un cambio.



Desafíos a trabajar

- 01** **Aumentar el valor que otorgan a la salud mental las personas,** las comunidades y los gobiernos, y hacer que todas las partes interesadas, de todos los sectores, se comprometan en favor de la salud mental e inviertan en ella.
- 02** **Actuar sobre las características físicas, sociales y económicas de los medios familiares, escolares, laborales y comunitarios** en general a fin de proteger mejor la salud mental y prevenir las afecciones de salud mental.
- 03** Fortalecer la atención de salud mental para que todo el espectro de necesidades en la materia sea cubierto por una **red comunitaria y por servicios de apoyo accesibles, asequibles y de calidad.**

Aspectos a tener en cuenta

01

Plataformas como **TikTok** se han convertido en un lugar donde las personas pueden **compartir sus experiencias** sus experiencias personales sobre salud mental y bienestar. Así como **encontrar un espacio seguro y de apoyo**.

02

La **estigmatización y la discriminación** hacia las personas con problemas de salud mental pueden hacer que sea difícil buscar ayuda y tratamiento.

03

Los humanos somos seres sociales, y es importante **fomentar las relaciones** fuertes y saludables. Tener un buen apoyo social puede **ayudar a protegerse contra los daños del estrés**.

Ayuda al desarrollo

Esta causa busca apoyar el progreso económica, social y humano de las naciones en vías de desarrollo, a través de las organizaciones internacionales y ONG entre otros.



La Gen Z, es una de las más comprometidas con la cooperación al desarrollo en España. El 55% afirma que ha participado en alguna actividad de voluntariado en los últimos 12 meses, frente al 44% de la media global.

(16)



La Gen Z quiere participar activamente en la construcción de un mundo más justo, sostenible e inclusivo. Consideran que es una responsabilidad compartida de instituciones públicas, empresas y organizaciones y esperan que se alineen con estos valores.

El 87% de los jóvenes españoles cree que la pandemia ha aumentado la importancia de la cooperación internacional. (15)

El 70% de los jóvenes españoles cree que pueden hacer una diferencia en la lucha contra la pobreza y la desigualdad. (12)

El 80% de los jóvenes utiliza las redes sociales para informarse sobre cuestiones sociales y políticas. (15)

La participación de la Generación Z en el desarrollo social puede marcar una diferencia significativa en la construcción de un futuro más justo y sostenible apoyándose en las redes sociales y la tecnología para impulsar cambios positivos.



Tripulazio Gaztea es un ecosistema para desarrollar el crecimiento personal de los jóvenes en los entornos que demandan impulsado desde la diputación de Gipuzkoa. Implicándoles desde el principio, compartiendo sus plataformas, códigos e intereses y organizando actividades que les aporten valor, consiguiendo generar un espacio de aprendizaje



"Pastillas contra el dolor ajeno" Médicos Sin Fronteras. El objetivo era concienciar sobre la falta de acceso a medicamentos esenciales en países en desarrollo y resaltar la importancia de la ayuda humanitaria y la cooperación internacional. Se vendieron seis millones de unidades.



MoveEurope. El objetivo es promover una Europa basada en la solidaridad y el apoyo mutuo, mejorando la movilidad europea, no solo para los europeos sino también para los inmigrantes en Europa y preparando a los jóvenes para convertirse en ciudadanos (europeos) activos.

Desafíos a trabajar

- 01** Existe una falta de información y sensibilización sobre la ayuda al desarrollo y sus objetivos.
- 02** La complejidad y opacidad de los procesos burocráticos o la falta de transparencia en la gestión de fondos y proyectos puede dificultar la participación y el compromiso.
- 03** La desigualdad y la exclusión social limita la contribución de los jóvenes a la causa, especialmente a aquellos con bajos ingresos o en situación de vulnerabilidad.
- 04** La dificultad para establecer relaciones significativas con las comunidades locales puede limitar la comprensión de los problemas y desafíos reduciendo el impacto de las acciones.

Aspectos a tener en cuenta

01

Enfoque centrado en las personas, considerar las necesidades y perspectivas de las comunidades beneficiarias.

02

Sostenibilidad, buscar soluciones a largo plazo y respetuosas con el medio ambiente.

03

Enfoque multidimensional, abordando diversos aspectos como educación, salud, agua potable, seguridad alimentaria, igualdad de género, derechos humanos y fortalecimiento institucional.

04

Transparencia y ética, garantizar el uso responsable de los recursos y evitar la corrupción.

05

Monitoreo y evaluación, evaluar y seguir el progreso y los resultados de los proyectos.

Empoderamiento femenino

Esta causa social persigue conseguir la igualdad de condiciones profesionales y personales entre hombres y mujeres así como la erradicación de la pobreza y el crecimiento económico inclusivo.



Las nuevas tecnologías y los referentes principales son la principal herramientas de visibilización de la causa

La tecnología crear plataformas de comunicación que nos ayuden a visibilizar nuestras preocupaciones, entre las que se encuentran las causas sociales. La mayoría de movimientos digitales han sido impulsados por jóvenes por el conocimiento de dichas plataformas.



El papel de la mujer en el mundo profesional gana peso, pero sigue siendo una cuestión que trabajar

Las mujeres son solo un 20% del total de emprendedores (8). Es un porcentaje que seguirá creciendo igual que lo hizo la inclusión de la mujer en el mundo laboral. Cada vez hay más proyectos destinados a promover el valor de la mujer.

“
No quiero que otras personas
dedican más a mí.
Quiero decidir por mí misma.”



Emma Watson se ha convertido en una de las figuras más reivindicadoras del empoderamiento femenino. Ha sido una de las protagonistas a la hora de llevar esta causa social a los eventos más importantes del mundo.

El papel social y profesional de la mujer cada vez tiene más valor. Las nuevas generaciones han empleado las nuevas tecnologías como herramientas de concienciación que han provocado que surjan nuevas formas para trabajar en torno a una causa.

Es una temática protagonista en Netflix



Cuenta la historia de cómo una joven que ha tenido muchos problemas a lo largo de su vida, consigue meterse en una profesión que tradicionalmente se ha considerado de hombres y acaba convirtiéndose en la mejor.



Cuenta la historia de cómo un grupo de amigas tiene que pasar por dificultades en la vida para conseguir conciliar sus relaciones personales, su familia y su trabajo.



4 mujeres trabajadoras que se hacen cargo de sus propios problemas y que forman parte de las revoluciones que surgió en su época.

Desafíos a trabajar

- 01** Despolitizar la causa contextualizando en cada sector.
- 02** Visibilizar situaciones a las que se enfrentan las mujeres en su rutina profesional que no deberían normalizarse aunque tiendan a hacerlo.
- 03** Tratar la causa vinculándola a la posición laboral actual de las mujeres (es el ejemplo que más se entiende a nivel social).
- 04** Involucrar a la sociedad en la causa a través del conocimiento y el entretenimiento.
- 05** Fomentar el sentimiento de pertenencia.
- 06** Utilizar los canales digitales para sensibilizar y escuchar la opinión de las jóvenes.
- 07** Encontrar referentes sociales con los que poder vincularse a largo plazo y que encajen con los valores de la organización.

Aspectos a tener en cuenta

01

Es una causa social más amplia de lo que su nombre implica porque tienden a incluirse en ellas cuestiones LGTBI y todos aquellos movimientos que persigan la igualdad.

02

Es una de las principales causas que podemos encontrar en RRSS como Instagram y TikTok ya que las emplean para transmitir y comunicar su individualismo a través de su imagen y opiniones.

03

La maternidad y la situación laboral o la trayectoria profesional son los temas más mainstream dentro de la causa que permiten empatizar.

04

Los referentes sociales pueden resultar extremos: Miley Cyrus ha resultado siempre un referente para los más jóvenes pero también un objetivo de censura.

05

Los referentes sociales pueden ser efímeros por la velocidad de cambio en RRSS pero es una causa que siempre tendrá referentes sociales asociados.

Ayuda a la infancia

Durante la infancia y adolescencia los principales problemas que encontramos en el ámbito psicosocial son:

Problemas de **aprendizaje**

Los diagnósticos de TDAH se han multiplicado por tres o cuatro desde 2019 (19)

Capacidades especiales y personalización de la educación ante las nuevas demandas de retención de la atención.



Problemas de **comportamiento**

España es el 3º país con más casos de Bullying registrados (69.554 según Bullying sin fronteras) (20). El ciberacoso lleva al 25% de los estudiantes que lo sufren a autolesionarse.

Educación inclusiva e iniciativas contra el bullying para prolongar el respeto que se quiere conseguir en las aulas al mundo digital.



Problemas de **salud mental**:

La pandemia ha provocado un aumento de hasta el 47% en los trastornos de salud mental de los menores (21).

La no aceptación social incrementa, agrava o provoca problemas de salud mental como la depresión o ansiedad

Los 3 problemas principales que se encuentran en la etapa de la infancia y la adolescencia parten de que la evolución social y el cambio que ha habido en los últimos 10 años no ha afectado al sistema ni a los métodos educativos tradicionales. Son problemas que apenas se enfrentan en las aulas.

Desafíos a trabajar

01 Normalización de todas las capacidades.

02 Personalización en las técnicas de formación y aprendizaje.

03 Visibilización del bullying y sus tipos junto con iniciativas que promueven su freno.

04 Normalización de emociones.

05 Visibilización de tabúes que afectan a la salud mental.

06 Normalización de estados físicos durante la adolescencia.

Aspectos a tener en cuenta

01

La educación tradicional no es la única que forma parte de las rutinas de los jóvenes. Cada vez hay más actividades extraescolares que tienen un impacto positivo en ellos.

02

Las RRSS se pueden convertir en un espacio de aprendizaje y de consuelo para los más jóvenes.

03

Los más jóvenes confían en sus ídolos. Si estos forman parte de un movimiento social positivo, gran parte de su comunidad joven también lo hará.

04


Los canales digitales son un canal perfecto para romper con tabúes y estereotipos por el alcance que permiten.


05


El alcance de las Redes Sociales también puede ser peligroso ya que puede producir el efecto contrario teniendo en cuenta que con las nuevas tecnologías y el acceso a internet el bullying se digitalizó a través del ciberbullying .

Sostenibilidad medioambiental

El desarrollo económico, industrial y social que la humanidad ha vivido en los últimos siglos ha dejado una huella negativa. Las consecuencias de la sobreexplotación de los recursos, el calentamiento global y el cambio climático ya se están haciendo sentir.

 La experiencia y la actitud ambiental de los jóvenes se desarrollan en el contexto social y cultural en el que se socializan. Por ello, **en el contexto español actual de preocupación por el medio ambiente resulta lógico que los jóvenes también reproduzcan una actitud de gran preocupación.** (22)

 La Gen Z manifiesta una posición de preocupación extrema, pues consideran que el medio ambiente es **un tema que les afecta de manera especial y novedosa en relación con los adultos y los jóvenes de generaciones precedentes.**

 Los jóvenes manifiestan estar muy concienciados y, al mismo tiempo, admiten que sólo realizan acciones favorables a la conservación del medio ambiente en problemas muy concretos (el reciclaje en particular) o en momentos puntuales. Por tanto **no existe una relación proporcional ni coherente entre, por un lado, el conocimiento y la actitud favorable al medio ambiente, y por otro su actuación cotidiana para resolver los problemas conocidos.**



La Agenda 2030 pone énfasis en los problemas medioambientales, ya que en las próximas décadas van a constituir algunos de los elementos más importantes a la hora de garantizar la supervivencia de la biodiversidad y de los ecosistemas.



Este libro trata con rigor el desafío de las migraciones climáticas, una realidad que hay que abordar con instrumentos de protección.

Puma reclutó a jóvenes activistas medioambientales para mejorar su estrategia de sostenibilidad. El proyecto ha sido denominado "Voices of a Re:Generation".



Desafíos a trabajar

- 01 Integración humano/entorno:** la finalidad de esta cuestión no es más que la de utilizar los posibles impactos ambientales como base para el ejercicio de la integración entre actividad y entorno.
- 02 Huella ecológica:** para alcanzar la sostenibilidad, es preciso que se disminuya la carga que las personas imponen a la naturaleza, y una de las formas es manteniendo la huella ecológica por debajo de la capacidad bionatural.
- 03 Enfoque de demanda:** se trata de equilibrar la oferta y la demanda actuando también sobre el comportamiento que tengan los consumidores y no exclusivamente hacia la oferta generada.

Aspectos a tener en cuenta

01

Inclusión de un **enfoque adaptativo entre la naturaleza y actividad humana**; considerando que antes que la actividad, está el medio, por lo que si esta adaptación no es viable, la actividad no debe ser desarrollada en ese espacio.

02

La sostenibilidad ambiental implica un **equilibrio entre el desarrollo económico y social y el cuidado y la protección** de la naturaleza.

03

A través de **programas educativos sobre medio ambiente y sostenibilidad**, los jóvenes pueden adquirir herramientas necesarias para comprender su importancia y adoptar prácticas responsables en su vida diaria.

Educación

La educación es un derecho humano, un bien público y una responsabilidad colectiva. Las diversas maneras de enseñar siempre han estado presentes desde que ha existido el escenario en que alguien que sabe y conoce algo tiene la necesidad de enseñar a otro para que aprenda un saber requerido.



La igualdad de oportunidades de acceso a la educación facilita el ejercicio efectivo del derecho del trabajo.

Podemos decir también que aquellos pueblos que soportan un mayor nivel de injusticia social se suelen caracterizar por las carencias educativas de gran parte de los ciudadanos y, en consecuencia, por un alto índice de desempleo. (23)



Una de las cuestiones que ha puesto en relieve la pandemia ha sido la **disponibilidad de la tecnología**

suficiente para trasladar las aulas al hogar. Es decir, desigualdad entre las personas que pueden tener acceso o conocimiento en relación a las nuevas tecnologías y las que no.

Con el objetivo de diseñar una metodología que logre reducir los índices de abandono escolar, cinco instituciones europeas crearon en 2021 el proyecto ICT & Early School Leaving. Developing a New Methodology to Empower Children in Digital Wellbeing and Critical Thinking, bajo el acrónimo ENDING.

Una joven gallega gana el reto educativo Fuller para reducir la brecha digital en la educación y reducir así la brecha que existe actualmente a través de un libro conectado para intercambiar conocimientos con estudiantes de todo el mundo.



Desafíos a trabajar

- 01** El sistema educativo necesita un **marco de actuación que empuje y motive** en mayor medida a sus equipos directivos, sus investigadores, profesores y alumnado para que se persiga más intensamente esa permanente actualización en conexión con las necesidades de la sociedad.
- 02** **Desarrollar modelos y escenarios educativos verdaderamente equitativos e inclusivos.** Crear sistemas educativos donde la equidad y la inclusión sean pilares fundamentales no es una opción, es una obligación.
- 03** Identificar y diseñar el tipo de educación que vamos a necesitar en el futuro. **Definir qué es lo que queremos que aprendan las nuevas generaciones es el primer paso para saber qué herramientas utilizar para lograrlo.**

Aspectos a tener en cuenta

01

Cooperación del profesorado: en los centros educativos se habla mucho de la importancia del trabajo cooperativo, pero este no se limita al alumnado y requiere un aprendizaje socioemocional previo.

02

Incrementar la **inversión en educación:** España ha invertido menos en educación que la media de los países de la OCDE.

03

Desigualdad entre las personas que pueden tener acceso o conocimiento en relación a las nuevas tecnologías y las que no.

02.

Impulsores, colaboradores y participantes del ThinkXSocial



Impulsores

Flecher.co



Colaboradores

c de c

AMKT Asociación
de Marketing
de España



DARWIN & *VERNE*
mazinn



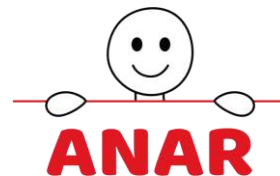
Participantes: 14 entidades del Tercer Sector



Asociación Española de Recuperadores
de Economía Social y Solidaria



WWW.
ASUONG
.ORG | **ASOCIACIÓN
SOLIDARIA
UNIVERSITARIA**



ecomar
FUNDACIÓN



itwilbe.org
efficient solidarity

mamás en acción

Participantes: 7 Empresas



03.

El Decálogo

