

# Motivadores y Obstáculos

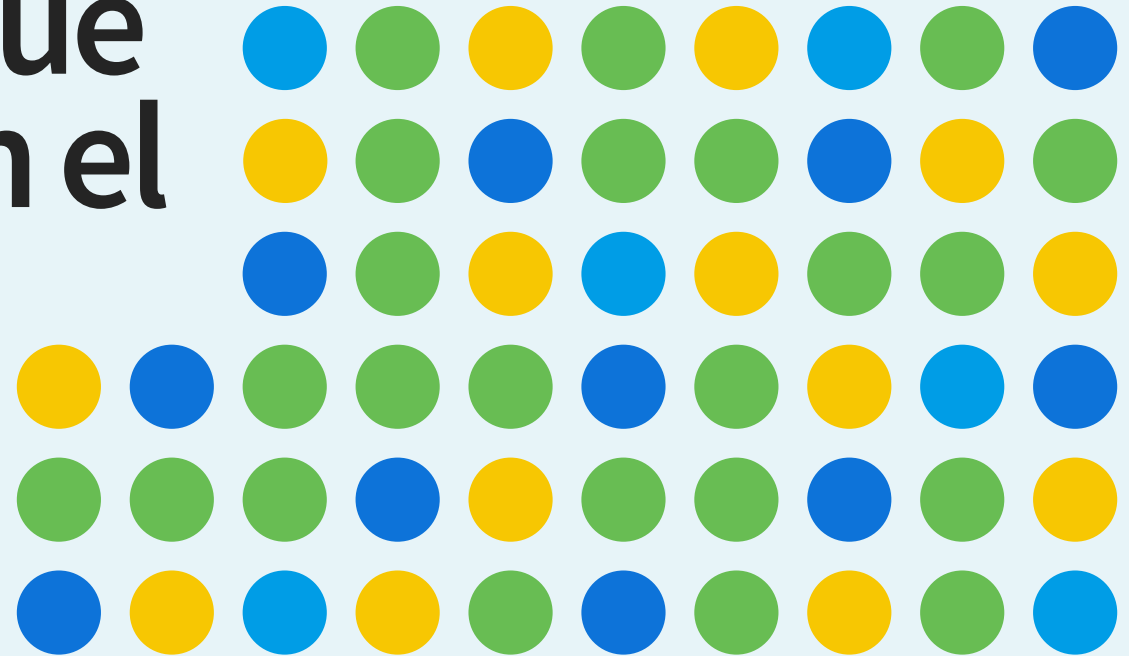
# a la Participación

# Ciudadana en Iberoamérica

Ciudadanía Activa como Respuesta a un Mundo Convulso

Por Elena Martín, Directora Regional para Iberoamérica

# Manos que Empujan el Cambio



## Contenidos

**PÁG. 2**

Manos que Empujan el Cambio

**PÁG. 3**

Principales Hallazgos

**PÁG. 4**

Análisis de Datos

**PÁG. 18**

Metodología y Demografía

**PÁG. 19**

Construyendo un Ecosistema para el Cambio

**PÁG. 20**

Sobre Idealist

Muchas son las personas que desean aportar su granito de arena para mejorar el mundo, pero si bien la intención está, no siempre se acaba dando el paso. Existen demasiadas buenas intenciones que no se llevan a la práctica.

¿Acaso puede un mundo lleno de heridas, permitirse desperdiciar oportunidades de acción positiva frente a los enormes retos que afrontamos cada día? ¿Qué frena y qué motiva a las personas a transformar sus buenas intenciones en acción?

Para cerrar esa brecha entre intención y acción, necesitamos más que promesas políticas, más que clamar a la suerte, más que esperar que otro va a hacer lo que le toca... Necesitamos una marea de ciudadanos y ciudadanas dispuestas a aportar con sus

pequeñas o grandes acciones. Personas comprometidas e inspiradas a transformar su metro cuadrado.

Tenemos buenas noticias. Frente a una avalancha informativa que alimenta la desesperanza, estas personas ya existen. Aunque no acaparan titulares, están por todas partes y están transformando el mundo. Entonces, ¿cómo hacemos para reconocer que somos muchas

personas así, visibilizar buenas acciones e inspirar a más a arremangarse y a hacer su pequeño o gran aporte?, ¿cómo hacemos más ruido que esas noticias que nos asustan y nos hacen dudar de nuestro poder como ciudadanía comprometida que puede cambiar cosas?.

Buscamos respuestas mediante esta encuesta. La hipótesis inicial fue que dado que trabajamos con la base de datos de Idealist.org

y quienes nos siguen en redes sociales, partíamos de un público con cierto grado de interés por el mundo de lo social y la participación ciudadana. Este punto ha sido validado y de alto interés a la hora de hacer lectura de resultados. Resultados que no sólo sueñan con la esperanza, sino que la construyen y que son increíblemente valiosos en estos tiempos convulsos.

¿Quieres saber qué descubrimos?

# Principales Hallazgos

## PROACTIVIDAD Y EMPATÍA

Quienes respondieron esta encuesta, **muestran un alto grado de empatía y proactividad por los problemas del otro**. Un 63.89% de quienes afirman que hay algo que les duele o les frustra (aunque no les afecta directamente), afirman que han intentado hacer algo para cambiar esa realidad.

## MOTIVACIÓN INTRÍNSECA EN ALZA

**Solo un 3.72% de las personas encuestadas mencionan no tener motivación y por eso no actúan**. Siendo esto así, la respuesta de la gran mayoría, genera esperanza ya que a pesar de reportar diferentes obstáculos a la acción, actuaron movidos por su propia motivación.

## MIEDOS

**Los miedos frenan a un 20,74% de los participantes a pasar a la acción**. Admitir que tú mismo te estás frenando por creencias que pueden ser ciertas, pero también limitantes y no afines a la verdad (sino interpretaciones de la realidad misma), **nos parece un lugar a explorar a la hora de empoderar a las personas** a transformar sus intenciones en acción superando sus “miedos”.

## PERCIBIR EL MUNDO DESDE LA ESPERANZA

**Solo un 3,91% no cree que en su país las cosas vayan a mejorar**. Esto coloca a una gran mayoría en el otro lado: el de los que creen que las cosas pueden cambiar ‘a mejor’ o ‘a algo mejor’. Cifras que alientan en un mundo que parece andar escaso de esperanza.

## MOTIVADORES Y OBSTÁCULOS

Los **valores aprendidos** dentro de la familia y la **motivación personal** son los dos principales factores que motivan a las personas a participar activamente en causas. Mientras que entre los obstáculos, el **no querer hacerlo solo o no saber por dónde empezar** emergen como los grandes frenos.

## FUERTE IDENTIDAD DE GRUPO

Queda validada la hipótesis inicial de cómo **un alto porcentaje de participantes tienen una inquietud y potencial interés por involucrarse en temas sociales/ambientales** tanto a través de empleos o actividades de carácter voluntario. Solo un 15,36% de quienes participaron en la encuesta, afirma no haber trabajado nunca o participado en actividades de carácter social.

## PRINCIPALES POTENCIALES CATALIZADORES

Ante ese querer hacer pero no echar a andar, las personas encuestadas nos dan la pista de posibles **herramientas para conseguir ese impulso**. Las principales:

- ‘Saber cómo y dónde ayudar para tener mayor impacto’ (49,80%)
- ‘Encontrar a otros para poder llevar a cabo acciones positivas’ (43,44%)
- ‘Apoyo para llevar adelante mi idea o proyecto’ (43,25%).

## YO SÍ PUEDO

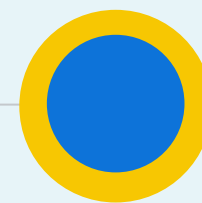
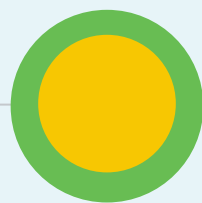
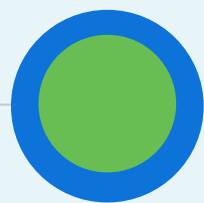
Menos de un 20% de las personas encuestadas creen que sus acciones no pueden tener ningún impacto o tener muy poco impacto para cambiar la realidad

en positivo. **Mientras una gran mayoría** (por encima del 80%) **confían en su capacidad de poder tener un impacto positivo** para cambiar su realidad.

## EXPANDIENDO LOS CÍRCULOS DE LO QUE YO PUEDO HACER

La encuesta refleja como un 69,05% se sentirían muy cómodos o algo cómodos invitando a personas cercanas (vecinos, familia...) a involucrarse en causas. Esto conecta con el segundo obstáculo a la acción ciudadana: encontrar a otras personas con las que llevar a cabo acciones o ideas. Es por esto que el que quienes participen, además inviten a más personas a unirse, **puede ser un gran catalizador para la participación ciudadana**.

# Análisis de Datos:



**Cuando la Llama  
de la Esperanza Vive  
en las Personas**

1

MOTIVADORES Y OBSTÁCULOS

Con esta encuesta buscamos tener una mejor fotografía de hasta qué grado a las personas les mueven las problemáticas sociales de su entorno, y qué les motiva o no a ser partícipes de esos cambios que quieren ver en el mundo. Esto es lo que nos revelaron los números.

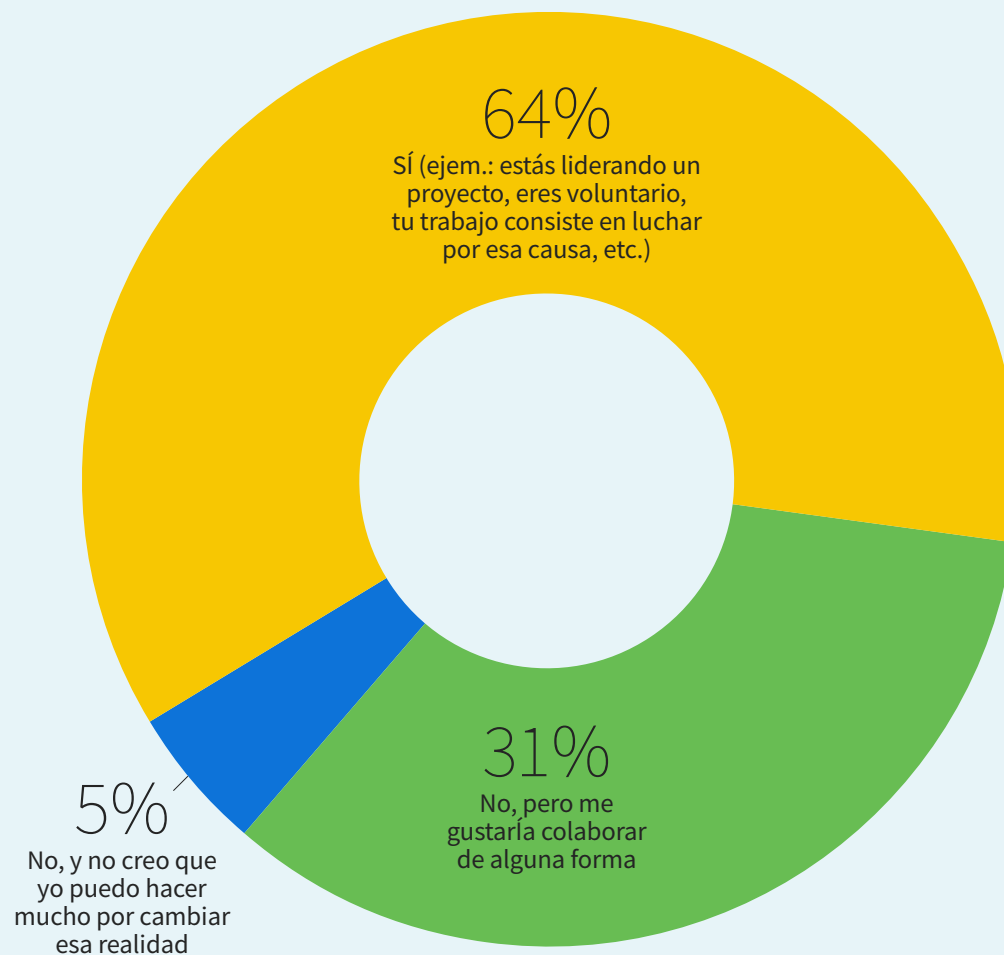
¿Necesitamos emocionarnos para involucrarnos?

Un abrumador porcentaje de personas (95.89%) afirman que hay algo que *'les frustra, les duele, les parece una injusticia y les gustaría cambiar'*. Podríamos suponer que en muchos casos eso que duele o frustra es porque les afecta de una manera personal, sin embargo en un 59.98% de los casos eso no es así y aún así, el 63.89% de quienes contestaron, afirman haber hecho algo para cambiar esa realidad frente a un 36,10% que asegura no

haber hecho nada, pero afirman que les gustaría encontrar una forma de poder colaborar. Solo un 5,28% manifiestan que no creen que pueden hacer mucho por cambiar esa realidad.

En definitiva, más allá del interés personal, existe en las personas que tienen un interés social, un grado de compromiso no solo por causas que les afectan de forma personal, sino también causas ajenas que afectan a otras personas.

¿Has hecho algo para contribuir a cambiar esa realidad?



## Pero... ¿qué motiva a las personas a pasar a la acción?

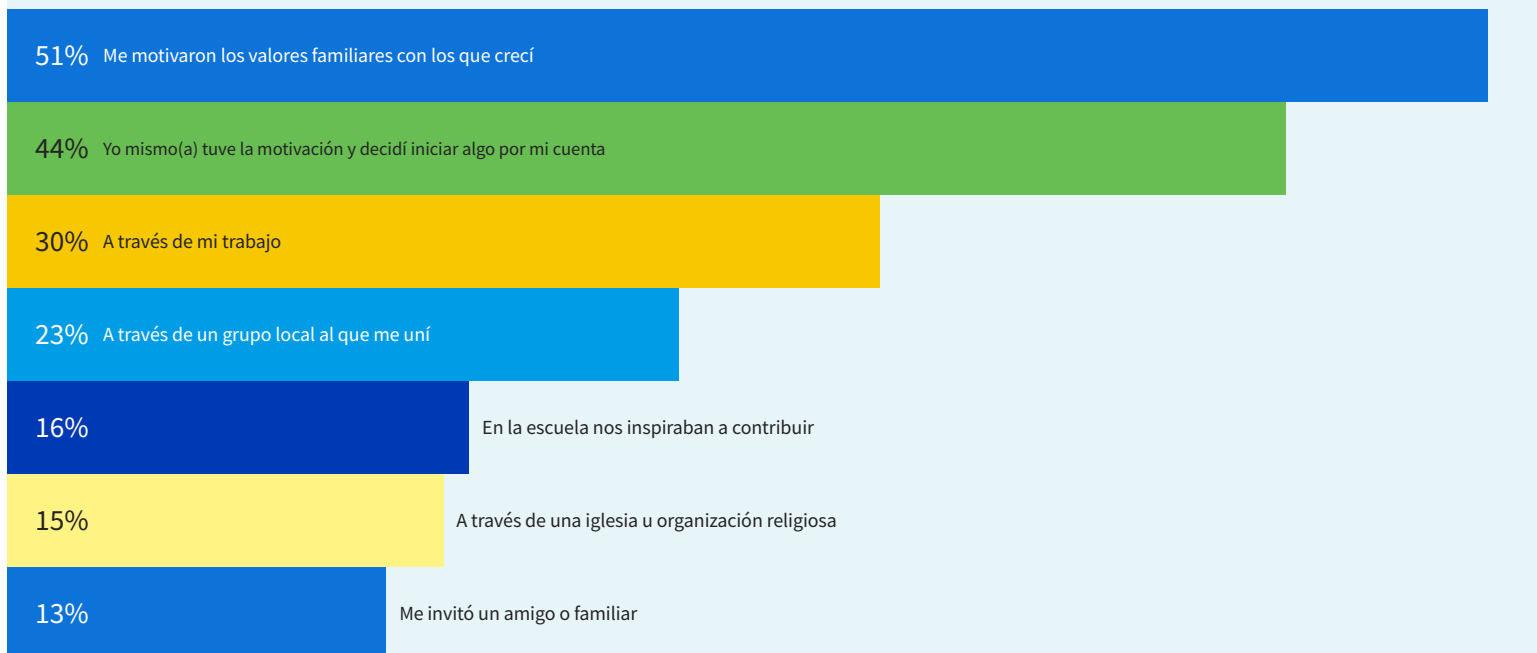
Dos son las respuestas dominantes a esta pregunta: 'Los valores familiares' (51,08%) y 'Yo mismo(a) tuve la motivación' (43,84%). Esto revela una fuerte influencia de la institución familiar, pero también un alto grado de automotivación.

Interesante cómo en tercer lugar, vemos que el trabajo puede ser no solo parte de una carrera profesional, sino el lugar donde crear relaciones

que faciliten acciones a favor de la sociedad. Se desconoce si estas fueron motivadas por otros compañeros o la propia empresa, pero se valida que el centro de trabajo puede ser un lugar desde donde comenzar a activar a más personas a involucrarse en causas. De hecho, el *Estudio del Voluntariado Corporativo en las Empresas*, publicado por Voluntare revelaba como en 2020, el 94,6%

de las empresas había identificado los beneficios del voluntariado corporativo como una pieza en la gestión de sus recursos humanos, un 20% más que en 2015 (81%). Esto se tradujo a nivel participación de los empleados con una tendencia al alza donde en 2020, más de un 30% de las empresas registró una tasa de participación que osciló entre el 21% y el 50%, catorce puntos porcentuales más que en 2015.

### ¿Qué te ayudó a decidirte a actuar?



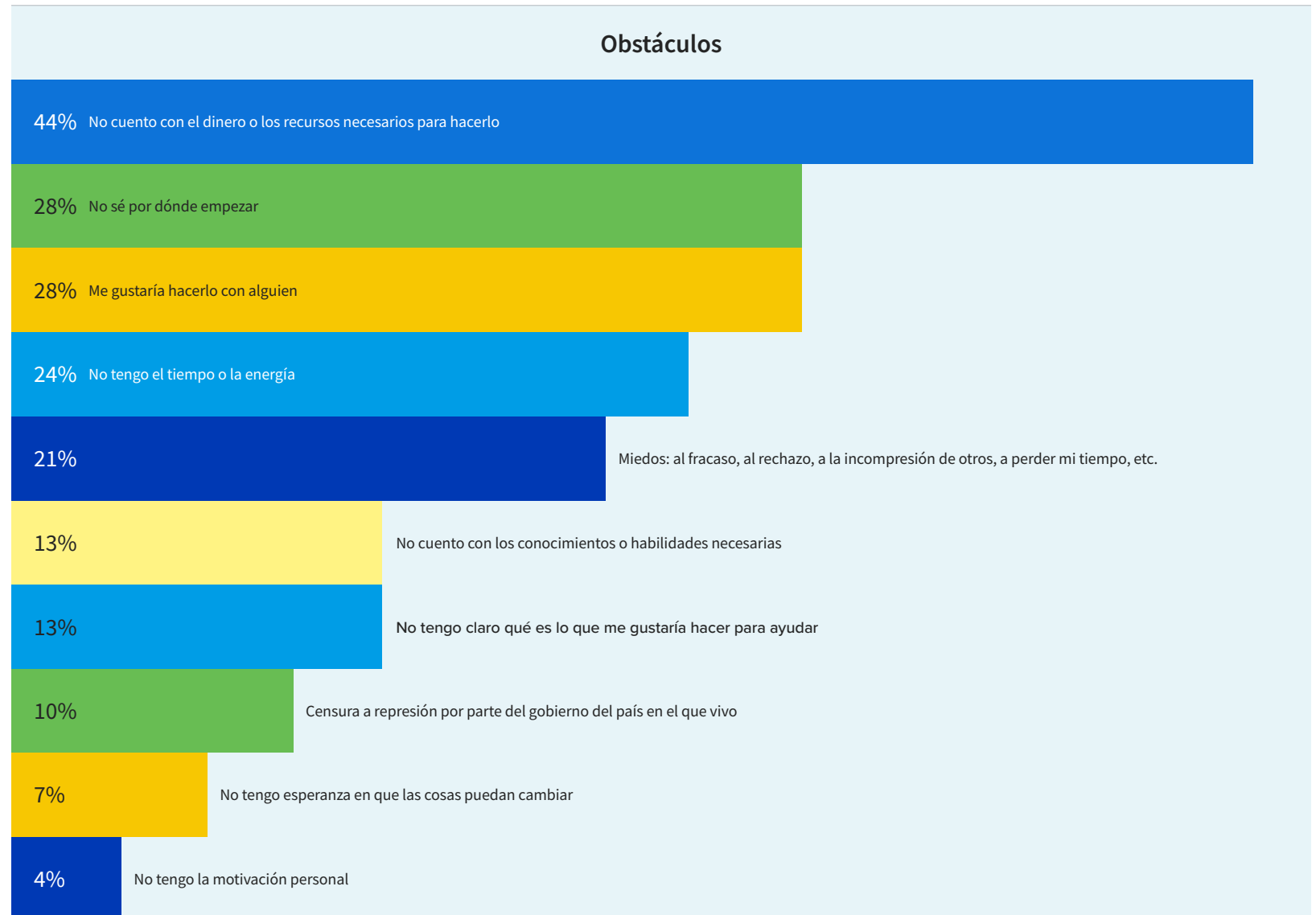
## Obstáculos

Pero a menudo la decisión de hacer algo no viene exenta de obstáculos. 'No contar con el dinero o los recursos necesarios' es la razón más mencionada de aquellos que contestaron la encuesta (44,32%). Pero si dejamos de lado el tema financiación (uno de los más recurrentes al iniciar proyectos), ¿qué pasa después?. Los dos principales con el mismo porcentaje de respuesta:

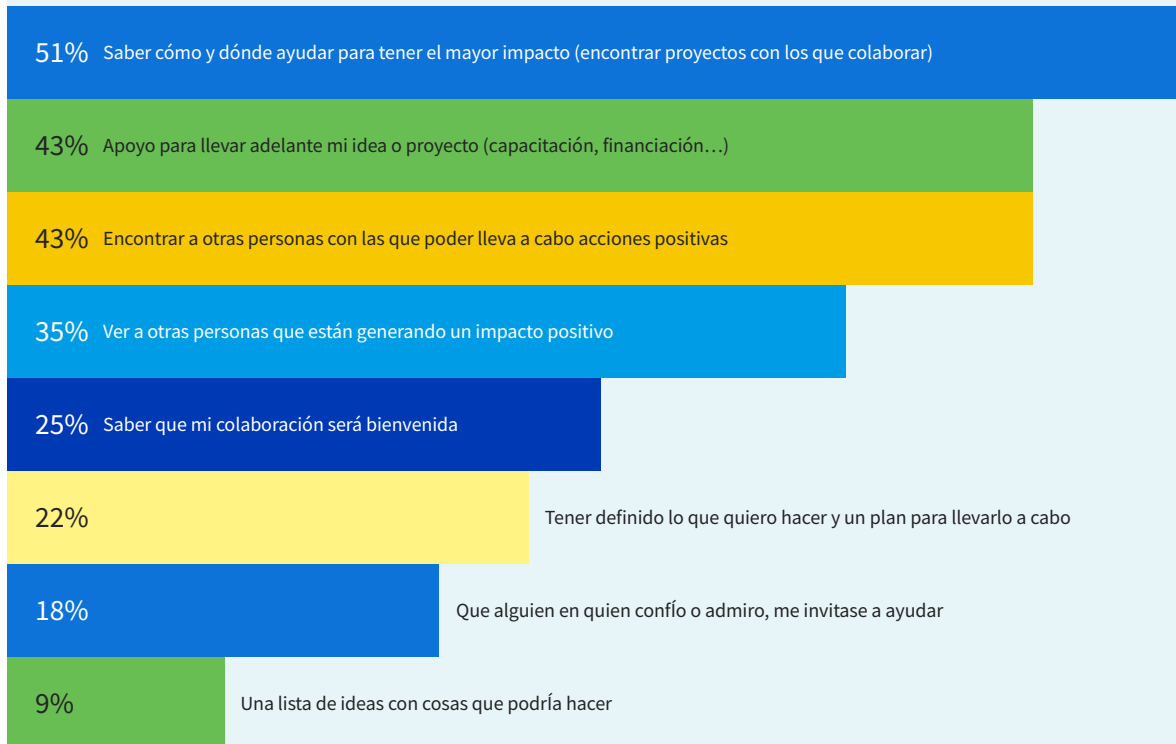
- ‘Me gustaría hacerlo con alguien’: sienten la motivación pero les falta un aliado/a (28.47%)
- ‘No sé por dónde empezar’: harían algo, pero les paran las dudas sobre cómo o por dónde dar el primer paso. (28.47%)

Seguidos de:

- ‘No tengo el tiempo o la energía’ (23.58%) y...
- Todo el capítulo relacionado con los miedos (al fracaso, al rechazo, a la incomprensión de otros, a perder mi tiempo, a poner en peligro mi seguridad personal/financiera, al qué dirán, etc. ) con un 20,74%.
- Solo un 4% afirma no tener motivación propia independientemente de lo que pase fuera, para pasar a la acción.



### Motivadores



### Entonces, ¿qué te animaría a actuar?

Preguntados por a futuro, qué les ayudaría a actuar, las principales necesidades nos hablan de:

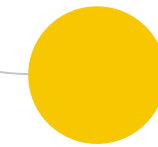
- ‘Saber cómo y dónde ayudar para tener mayor impacto’ (49,80%)
- ‘Encontrar a otros para

poder llevar a cabo acciones positivas’ (43,44%)

- ‘Apoyo para llevar adelante mi idea o proyecto’ (43,25%).

Esto claramente apela a la necesidad de encontrar varias conexiones: espacios tanto

virtuales como físicos donde encontrar oportunidades pero también conectar con otras personas para no actuar solo o sola, sin olvidar que se puedan proveer recursos de diferente tipo para poder avanzar con una idea o proyecto.



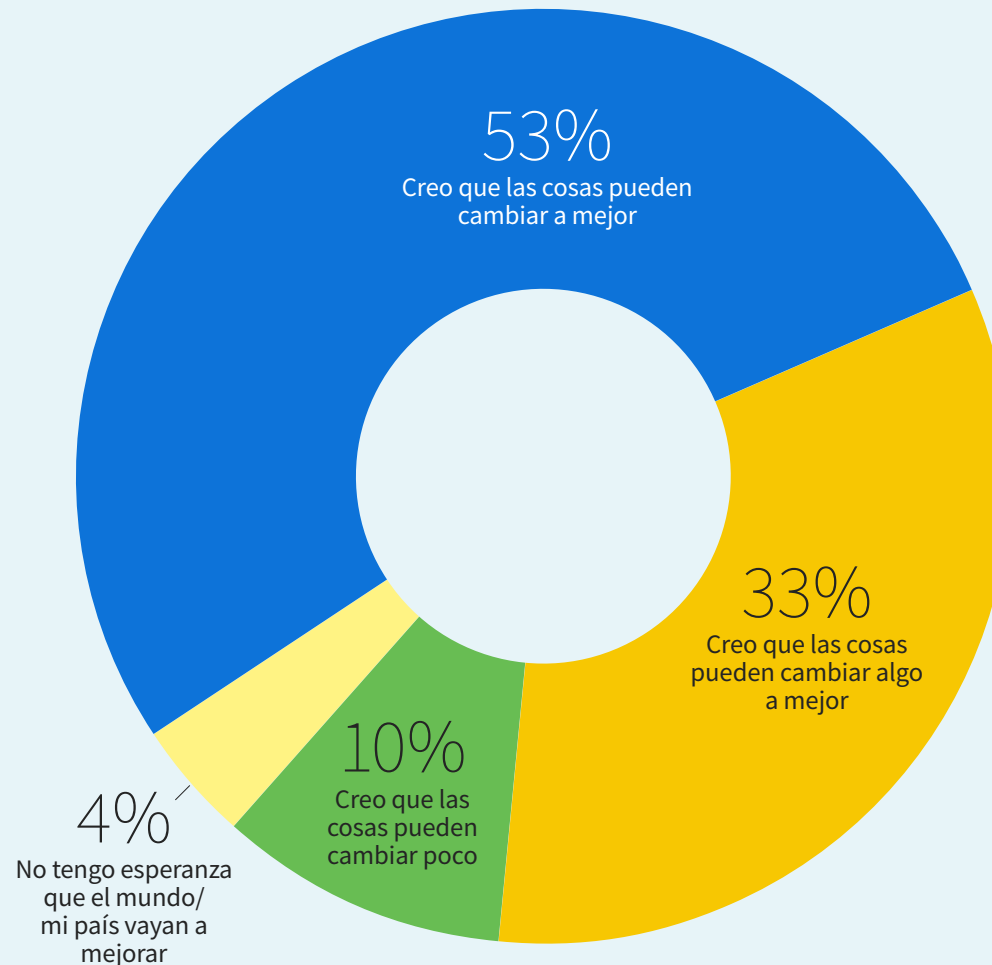
### Frente a la incertidumbre: optimismo abrumador

Dentro de quienes respondieron la encuesta, el optimismo es mayoritariamente superior que el pesimismo. Más de la mitad (52,45%) creen que las cosas ‘pueden cambiar a mejor, o ‘a algo mejor’ (33,37%). Frente a aquellas personas que ‘creen que las cosas pueden cambiar poco’ (10,27%) o no tienen esperanza en que el mundo o en su país las cosas vayan a mejorar (3,91%). Son cifras que alientan en un mundo donde la esperanza cotiza a la baja.

El ‘Hope Barometer International Research Network’ año tras año



¿Qué grado de esperanza tienes que las cosas van a cambiar para mejor?



recoge la aportación de alrededor de 10.000 personas con el fin de entender la esperanza y futuras expectativas de la población en general en diferentes países alrededor del mundo.

Nuestros datos vienen extraídos de una muestra mayoritariamente proveniente de países hispanohablantes fuera de Europa (América Latina). Los buenos resultados al respecto de la esperanza, se alinean con estudios como el publicado en 2023 *'Hope Across Cultures - Lessons from the International Hope Barometer'* donde una de las conclusiones es cómo las expectativas sociales a largo plazo son significativamente más pesimistas en los países europeos que en los no europeos, sucediendo lo mismo con los niveles de esperanza personal.

## Pero, ¿quién es el responsable de cambiar las cosas?

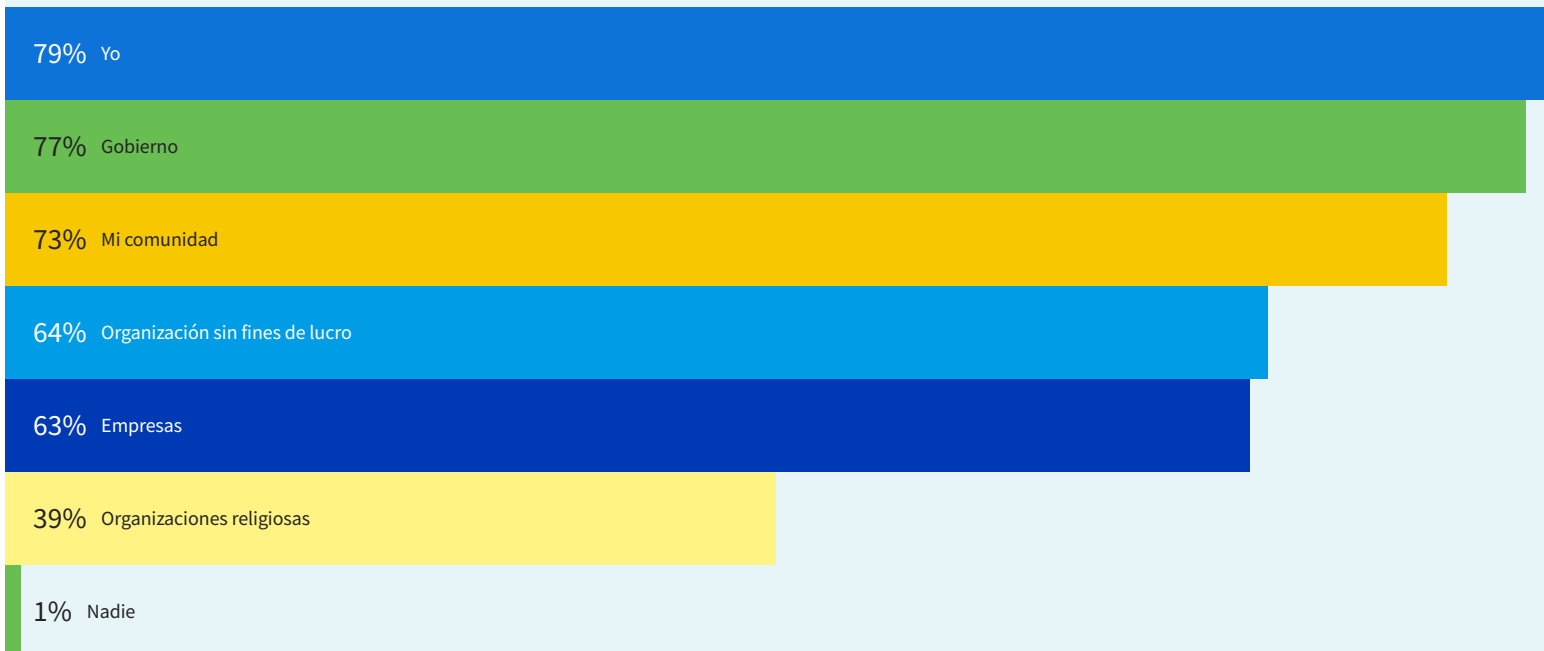
El mundo puede cambiar a mejor, pero... ¿quién es el responsable de cambiarlo? Y aquí es donde se pone interesante. Preguntados sobre quién es responsable de materializar acciones que puedan crear cambios positivos, en

primer lugar las propias personas determinan que ellas mismas son responsables de crear esos cambios (78,86%), seguidas por el gobierno (76,71%) y la comunidad quien en conjunto puede llevar cabo cambios (72,80%). Cabe incidir aquí

en el concepto de responsabilidad no se está preguntando quién puede o quiere, sino quién ha de hacerse responsable de generar los cambios. Este sentido de la responsabilidad individual y colectiva como ciudadanía, frente

a gobiernos y otras instituciones asombra gratamente e invita a la esperanza. Por detrás de estas primeras opciones, aparecen las organizaciones sin fines de lucro, empresas y organizaciones religiosas.

### ¿Quién crees que es responsable de hacer cambios que puedan crear un impacto positivo en el mundo?



## ¿Cuánto impacto crees que pueden tener tus acciones para cambiar la realidad?

Entonces, en un mundo convulso donde escuchamos hablar de entornos VUCA (volátiles, inciertos, complejos y ambiguos) y donde el último informe sobre Desarrollo Humano de la PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) nos habla de cómo *“La preocupación acerca del mundo y su futuro es alta y a menudo va en aumento, a pesar de unos niveles promedio de prosperidad material sin precedentes”* ¿cuánto impacto

positivo creen las personas que pueden tener para cambiar las cosas a pesar de la creciente percepción de incertidumbre?

De nuevo cifras que reconfortan con la visión que tiene un 80,14% de las personas encuestadas que afirman que pueden tener un impacto significativo o algún impacto, mientras que del otro lado, ‘un ligero impacto’ o ‘ningún impacto’, es una sensación que tienen solo un 18.86%.

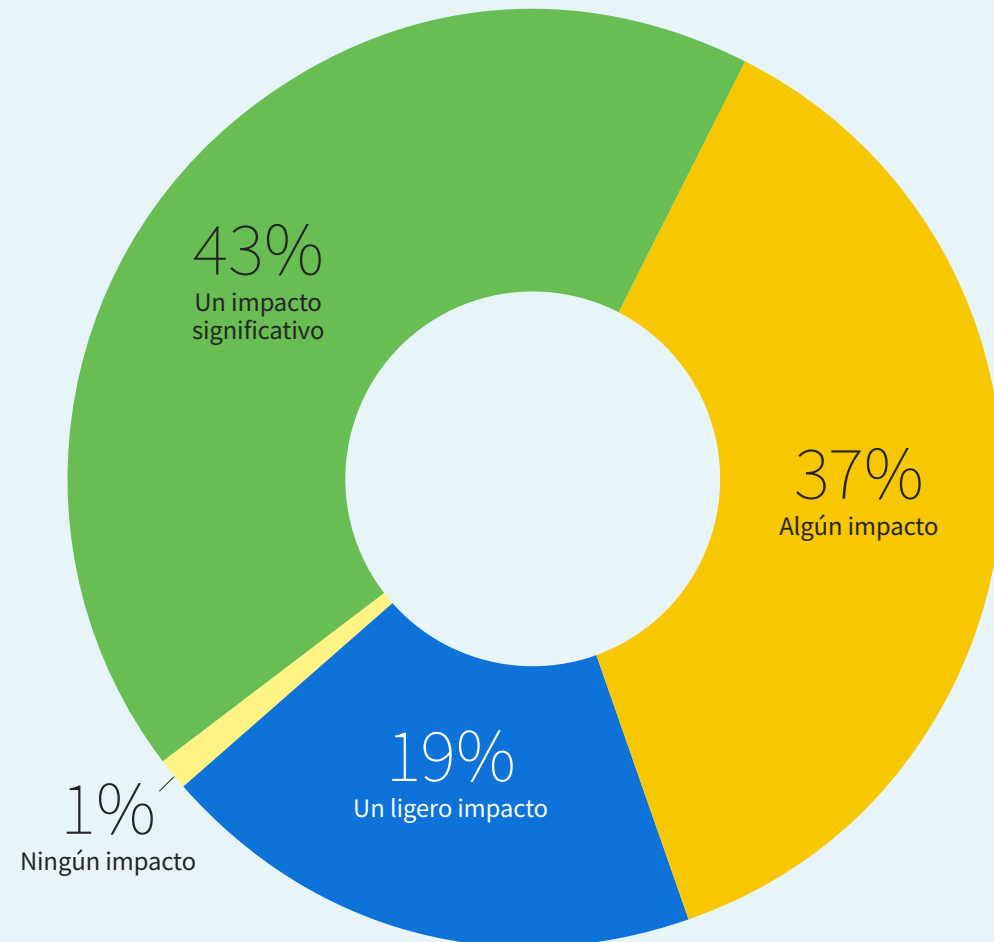
## Visión del cambio desde tu metro cuadrado

Lo anterior sucede en un entorno donde al ser preguntados por sus aspiraciones sobre cuánto creen que sus esfuerzos pueden tener efectos positivos en su entorno o comunidad, la mayoría tiene una visión a pequeña escala, pero en positivo, con un 84,14% que habla de sentir que pueden mejorar la vida de otras personas o mejorar

su entorno a pequeña escala.

Por otra parte, 14,99% creen que pueden mejorar su entorno o su comunidad a gran escala, mientras que de nuevo, los mayoritariamente pesimistas, que no creen que pueden lograr nada en su entorno, ni por su cuenta o uniéndose a un grupo, no llegan ni a un 1% (0,88%).

Independientemente de tu sensación general, ¿cuánto impacto positivo crees que puedes tener tú directamente en cambiar las cosas en tu entorno?



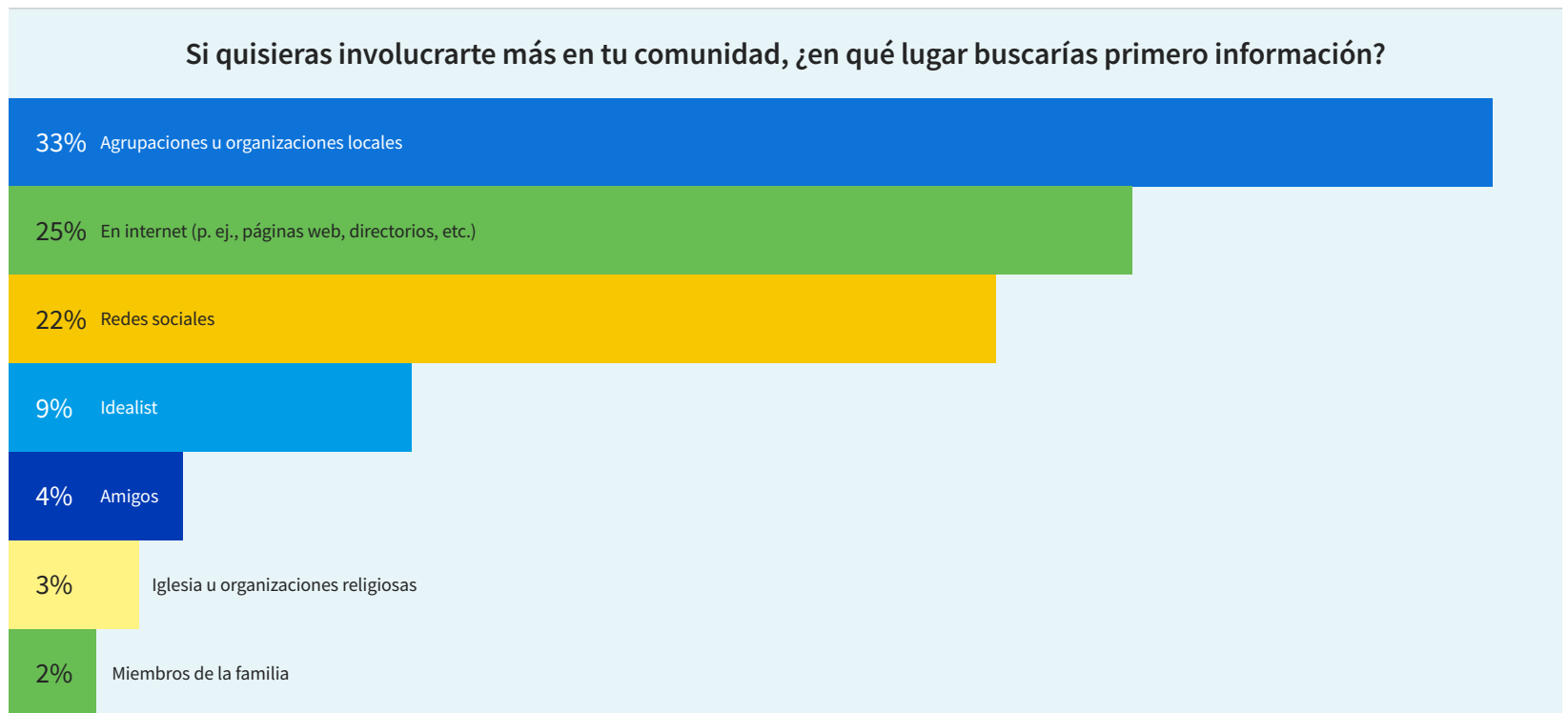
2

CÓMO INVOLUCRARSE Y RAZONES PARA HACERLO

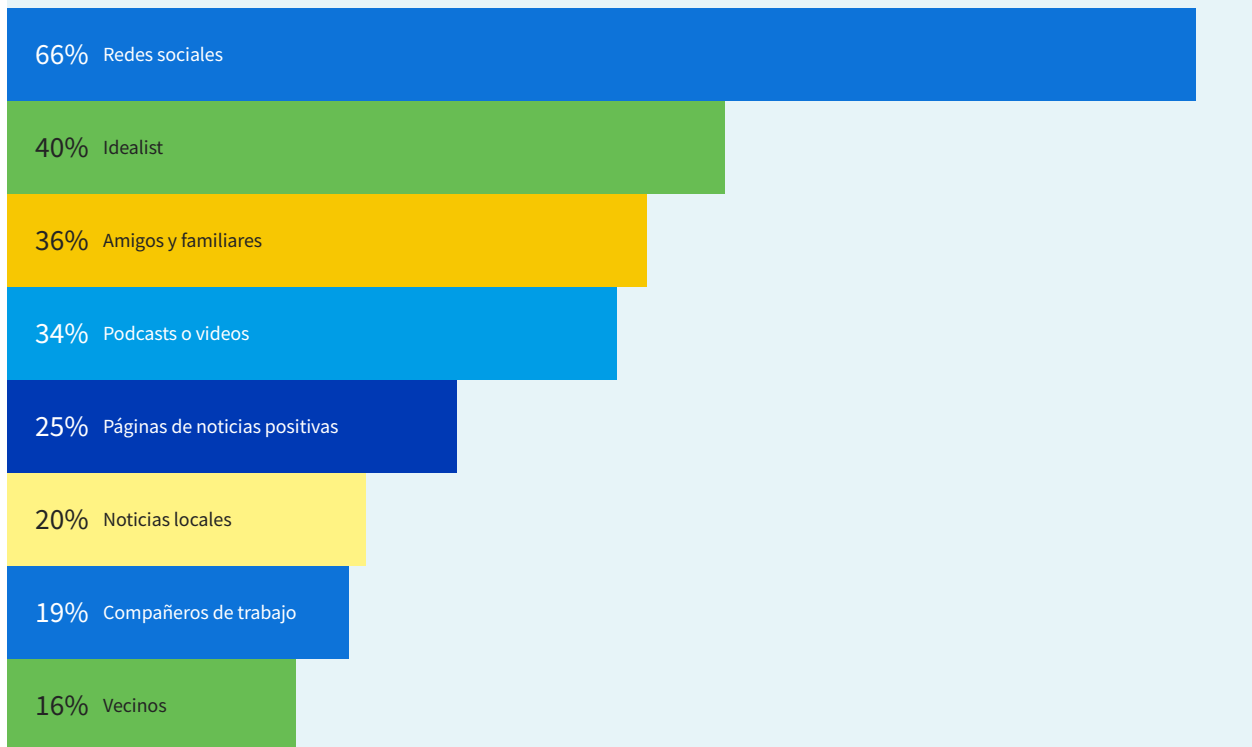
Hay muchas razones por las que las personas sienten que involucrarse es algo beneficioso tanto del lado del que recibe como del que da, aunque la participación no viene exenta de desencanto...

¿Qué necesitamos para arremangarnos y poner los pies en el barro?: Inspiración y oportunidades

Para tener una idea de dónde las personas buscarían información si se quieren involucrar, internet y las redes sociales acumulan un 46,63% de las preferencias, 33,16% se acercaría directamente a agrupaciones u organizaciones locales seguidos por aquellos que utilizarían nuestro sitio web para encontrar oportunidades (9,38%).



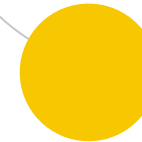
### Si necesitas inspiración para decidirte a involucrarte en causas sociales / ambientales ¿dónde buscarías?



Un poco diferente es si no saben qué hacer, dónde buscarían inspiración para crear proyectos o llevar a cabo acciones, abrumadoramente

surge la opción de redes sociales (65,61%), seguido por nuestra plataforma Idealist (40,41%) lo que posiciona nuestra web y los contenidos que generamos como

una fuente de inspiración para pasar a la acción. Le siguen como opciones 'Amigos y familiares', 'Podcasts y videos', y otras opciones.



### ¿Pero y qué gano yo?

De nuevo revelador el resultado a la pregunta de cómo crees que te beneficia involucrarte con tu comunidad. De todas las opciones ofrecidas, hay dos que tienen que ver con el sentirse bien haciendo el bien a otros. Estas son precisamente las opciones más seleccionadas:

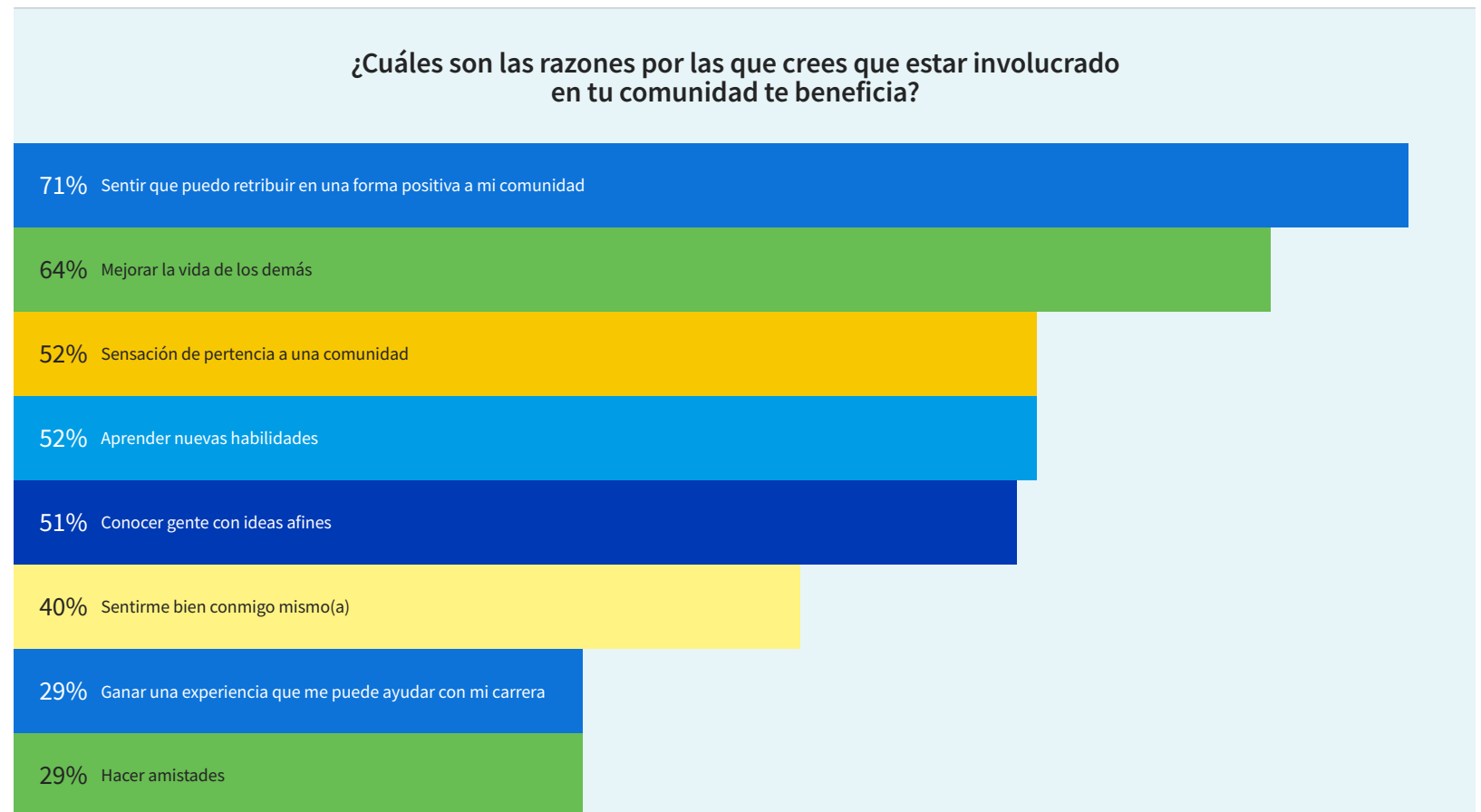
- Sentir que puedo retribuir en una forma positiva a mi comunidad (70,61%)
- Mejorar la vida de los demás (64,08%)

Todo el resto son beneficios de carácter más personal.

Se muestra aquí una correlación entre hacer el bien y sentirse bien a través de poder contribuir a la

mejora de la comunidad y a la vida de los demás. Una preferencia hacia la satisfacción por generar beneficio para otros, antes que la satisfacción de generar beneficios hacia mi mismo(a) como 'hacer amigos' o 'ganar experiencia que me pueda ayudar en mi carrera profesional', con mucho menor puntaje.

En 2010 llevamos a cabo otro estudio en profundidad que evaluaba la conexión entre solidaridad y felicidad entre usuarios de Idealistas exclusivamente esta vez de Argentina. Ante la pregunta de si existen conexiones entre la solidaridad y la felicidad, el estudio concluyó entre otros como *“las personas más felices se sienten más motivadas y preparadas para cambiar lo que sea menester con objeto de legar el mejor mundo posible”*. Entonces quienes son más felices, se sienten más motivados a actuar. No se ha determinado en qué grado, ese involucrarse revierte en los niveles de felicidad, aunque sí se extrajeron otras muy interesantes conclusiones que se pueden consultar aquí.





Si alguna vez has pertenecido a un grupo pero ya no, ¿qué causó que dejases de pertenecer a él?



## Desafortunadamente, el desencanto también existe

A veces sí participamos, pero el desencanto llega y nos hace tirar la toalla. ¿Qué ocasiona que personas con intención de hacer cosas, comiencen y paren?

La queja más común es la parálisis por análisis, o definido aquí como 'Mucha discusión y poca acción' (30,82%). Pero también que el 'grupo esté demasiado politizado' hace que el 19,39% de las personas abandonaran su labor. Le siguen la falta de transparencia 'el grupo era selecto y demasiado cerrado'

(19,39%) o 'no ofrecía confianza' (14,08%), además de otras opciones menos mencionadas.

Esto nos lleva a preguntarnos, ¿por qué es fácil hablar, idear, discutir... pero la toma de decisiones e implementación se hace más cuesta arriba? ¿Hay maneras de facilitar que grupos de personas queriendo trabajar por un fin común, encuentren una manera práctica de identificar problemas, idear soluciones pero lo más importante: implementar lo decidido para generar impacto?

3

CONEXIONES E INTERACCIÓN CON TU ENTORNO

Si participar es importante ¿cuándo lo es también expandir la invitación a hacerlo? ¿Cuánto de cómodos nos sentimos invitando a otras personas a involucrarse en causas que importan?

Ayudar a otros: mucho más importante hoy que cinco años atrás

Independientemente de dónde esté cada uno en su radio de acción, parece que para más del 70% de los encuestados, hoy es 'Mucho más importante' (47,01%) o 'Algo más importante' (23,29%) ayudar a otros en el lugar donde vive que cinco años atrás. La pregunta sigue siendo: ¿cómo conseguimos más participación?. Tratamos de ver cómo es que están conectadas las personas en

sus comunidades y cómo afecta esto a la motivación de actuar.

Un 62,12% de las personas encuestadas afirman estar entre 'Muy conectadas' o 'Algo conectadas' con sus comunidades, un tejido social necesario. Nos lo muestra también el Latinobarómetro con datos del 2008-2019, que indica como en nuestros países se confía más en las comunidades y menos en las instituciones. "Mientras la confianza en el "gobierno" y en "la mayoría de la gente" disminuye en América Latina, la gente aún se apoya en sus

comunidades más cercanas".

Este dato, en apariencia positivo, tiene su lectura particular. El mismo Latinobarómetro afirma como "Aunque la confianza comunitaria es importante y puede desempeñar un papel positivo en términos de proporcionar redes de seguridad, una dependencia excesiva en relaciones cercanas puede plantear desafíos cuando se combina con baja confianza social y baja confianza en las instituciones. La desconfianza en 'la mayoría de la gente' tiende a fomentar la formación de conglomerados de confianza dentro

de grupos homogéneos y conduce a la desconfianza entre diferentes grupos". Todos estos son datos a tener en cuenta a la hora de tratar de tejer soluciones que motiven a las personas a ser ciudadanos y ciudadanas activos para la mejora de sus comunidades, sin perder de vista que somos un mundo interconectado. Al diseñar soluciones debemos tener en cuenta cómo fortalecemos las relaciones y la confianza dentro de la comunidad, pero también entre personas de grupos divergentes.



## Dejemos la vergüenza en casa y expandamos los círculos de acción

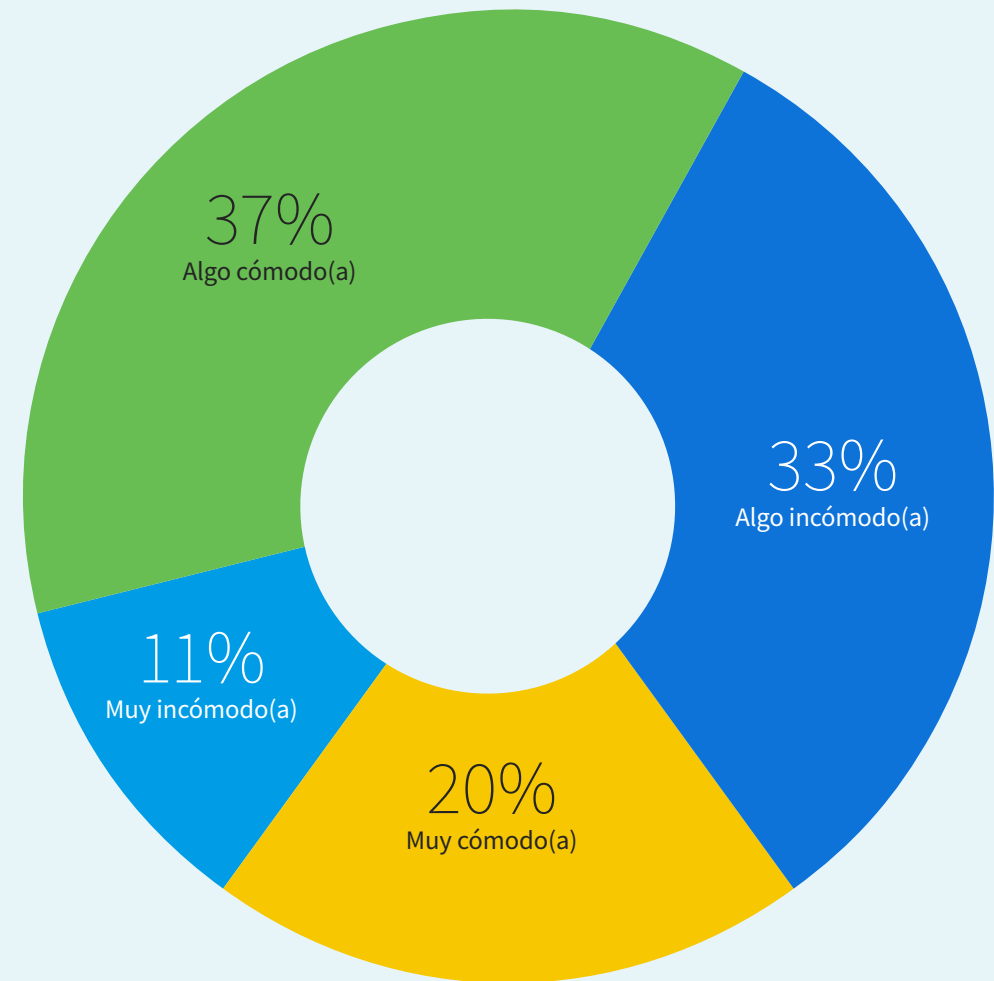
Finalmente quisimos entender, en qué medida las personas estarían motivadas a participar en causas, pero también a tratar expandir el círculo de acción con personas cercanas. Preguntados por a cuántos de sus vecinos conocen personalmente, solo el 12,59% afirman conocer a todos o la mayoría de ellos, el mayor porcentaje de respuestas, 51,52% conocen a algunos. Menos de un 3% afirma que no conoce a ninguno de sus vecinos.

Y sobre cuán cómodos se sentirían acercándose a sus vecinos e invitándoles a

involucrarse en una causa estos son los datos.

Visto que el segundo obstáculo a la acción ciudadana es precisamente el poder encontrar a otras personas con las que llevar a cabo acciones o ideas, el que las personas que participan también inviten a otros a unirse, puede ser un gran catalizador para expandir los niveles de participación ciudadana. Además, muestra la correlación con la responsabilidad personal, felicidad y esperanza en la posibilidad que tenemos entre todos, de construir un mundo mejor.

¿Qué tan cómodo(a) te sentirías acercándote a tus vecinos e invitándolos a involucrarse en una causa que te importa?





#### Bibliografía

**Voluntare.** (2020) *Estudio del Voluntariado Corporativo en las Empresas. Latinoamérica y Europa, Estudio 2020*. Voluntare - Red de Voluntariado Corporativo. <https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2020/12/estudio-del-voluntariado-corporativo-latam-y-europa.pdf> **Krafft, Andreas & Guse, Tharina & Slezackova, Alena.** (2023). *Hope Across Cultures - Lessons from the International Hope Barometer*. Springer. [https://www.researchgate.net/publication/371038056\\_Hope\\_Across\\_Cultures\\_-\\_Lessons\\_from\\_the\\_International\\_Hope\\_Barometer](https://www.researchgate.net/publication/371038056_Hope_Across_Cultures_-_Lessons_from_the_International_Hope_Barometer) **Barral, Luis Miguel.** (2010). *La Solidaridad y Yo. ¿Qué nos motiva a actuar Solidariamente?* Two Much - NetQuest. <https://es.slideshare.net/netquest/estudio-de-opinin-online-red-social-idealistas> **PNUD** (2023, Enero). *Informe Latinobarómetro 2023: La recesión democrática de América Latina*. Latinobarómetro. <https://www.undp.org/es/latin-america/blog/en-quien-confiamos-menos-en-las-instituciones-y-mas-en-las-comunidades-en-alc>

# Metodología y Demografía

La presente encuesta se llevó a cabo entre octubre 2023 y febrero 2024 con nuestra comunidad de Idealist como público objetivo, en países hispanohablantes de Iberoamérica. Se recibieron un total de 1.198 respuestas.

En cuanto a los datos demográficos, quedan representados en las siguientes gráficas.

Millennials y Generación X representaron el grueso de quienes respondieron, un 81,22% del total.

Un 70,03% de las personas encuestadas están activas laboralmente (trabajan a tiempo completo, parcial o son autoempleadas), viven mayoritariamente en ciudades (77,63%) y a partes iguales

también en las afueras de una ciudad o en zonas rurales (11,19%) respectivamente.

Por ocupación como vimos un 15,36% dice no haber trabajado en el mundo de lo social o no haber participado en actividades sociales. Esto de alguna forma valida nuestra hipótesis inicial de que los participantes en un alto porcentaje, tenían un interés por el mundo de lo social y la participación ciudadana. Un 41,32% 'Trabaja o ha trabajado en una ONG o empresa social', 8,68% 'Trabaja o ha trabajado en una empresa en temas relacionados con la sostenibilidad, RSE/RSC' y hasta un 34,64%, 'Participa o ha participado en actividades de voluntariado'.

# Construyendo un Ecosistema para el Cambio Social

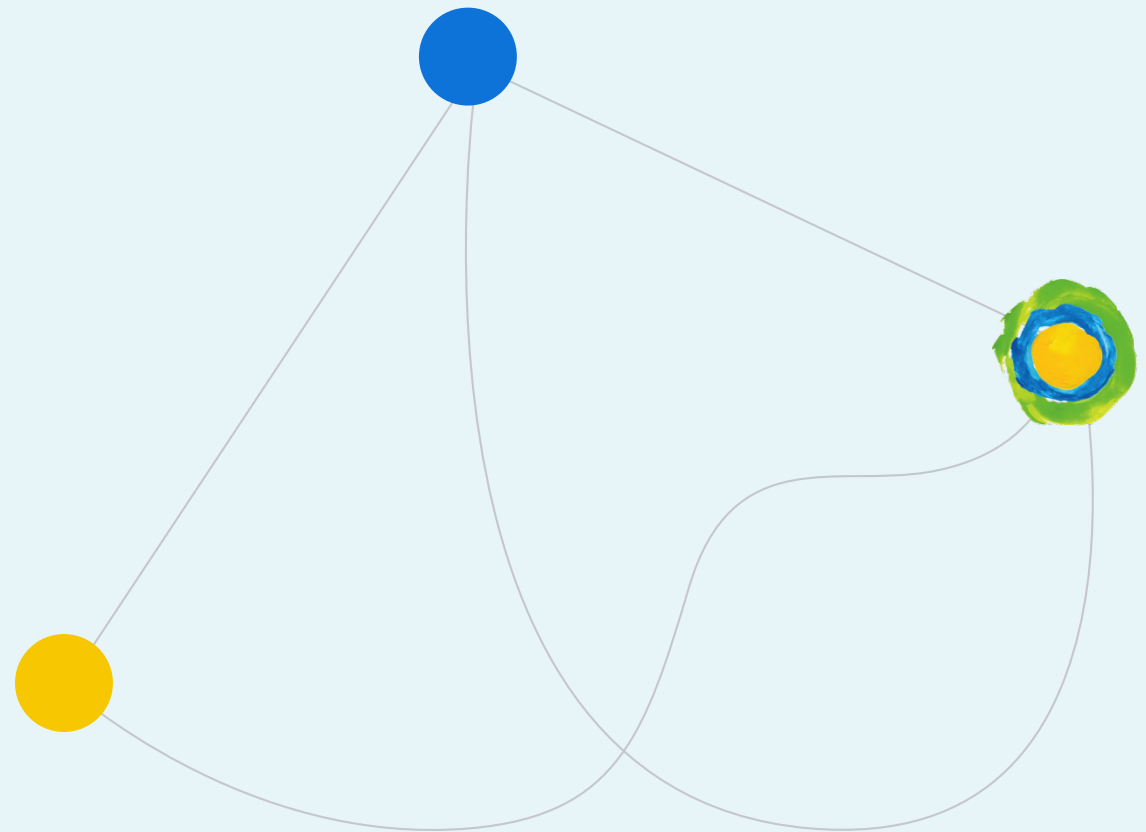
Los números hablan, pero no sirven de mucho si no hacemos algo con ellos. Hemos visto que muchas personas ya están activas, y muchas están listas para activarse. Tenemos sólidas pistas de lo que están necesitando para pasar de ser ciudadanos desempoderados, a sentir que pueden transformar su entorno en positivo. Saben que no es imposible, que otros ya lo están haciendo... pero ¿cómo activamos a más? ¿Cómo construimos un ecosistema donde invitemos a más personas alrededor del mundo a imaginar, conectar y actuar?

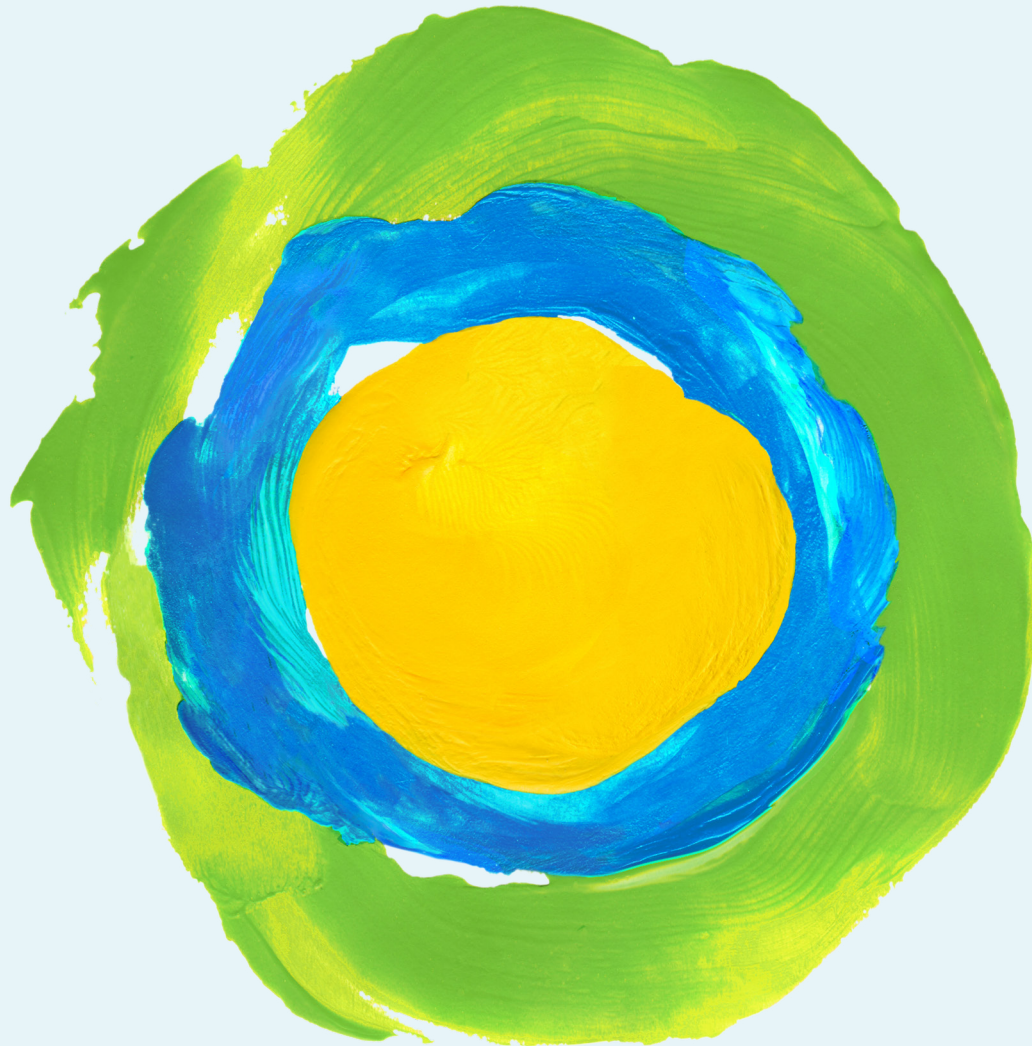
Idealist continúa empujando su misión de cerrar la brecha entre la intención y la acción. En este momento estamos construyendo una comunidad global que comparte el deseo colectivo de crear un cambio positivo.

Queremos conectar a más

personas con oportunidades de pasar a la acción. Si como sabemos, el desaliento está presente en nuestro mundo cambiante, nuestra investigación revela no sólo que existe ya una marea de personas que están generando impacto positivo, sino que hay muchísimas más abiertas y deseosas de poder participar y que nos han compartido sus obstáculos para hacerlo. Con esto, estamos construyendo un ecosistema que busca apoyar a los que ya están en marcha, e inspirar a aquellos que aún necesitan un empujoncito para echar a andar.

Si eres uno de ellos y quieres sumarte a una comunidad de hacedores de cambio, súmate **aquí** a esta red global para multiplicar acciones positivas alrededor del mundo, que generen cambios a nivel local y global. Te esperamos.





Idealist nace en 1995 con la misión de construir un mundo donde todas las personas puedan vivir libre y dignamente. Lo hacemos invitándoles a imaginar, conectar y actuar a través de oportunidades de empleo y voluntariado, e historias inspiradoras en la web [Idealist.org](https://www.idealist.org).

Aunque seguimos siendo el lugar donde encontrar empleo y voluntariado en el tercer sector, continuamos evolucionando. Sin

perder de vista nuestra misión original, seguimos integrando programas y recursos que cubran las necesidades cambiantes del sector, pero también de nuestras diferentes audiencias, desde profesionales buscando empleos con impacto y organizaciones que buscan talento, a personas que quieren hacer de su rincón del mundo un lugar mejor y buscan oportunidades de poder contribuir.

# Sobre Idealist