



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

FACULTAD DE EMPRESARIALES

**MOTIVOS GENERACIONALES PARA LA CREACIÓN DE
ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES: UN ESTUDIO
COMPARATIVO**

Autor: Gabriela García Solé

5º E-3 B

Tutor: Carlos Ballesteros García

Madrid

Junio 2024

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado analiza las motivaciones generacionales para la creación de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). El estudio se centra en comparar las motivaciones de tres generaciones: Generación X, *Millennials* (Generación Y) y Generación Z. Mediante entrevistas en profundidad con fundadores de ONGs, se identificaron diferencias significativas en las motivaciones y enfoques de cada generación. La Generación X se caracteriza por su pragmatismo y enfoque en la autonomía, mientras que los *Millennials* destacan por su compromiso con causas globales y el uso de tecnologías digitales. La Generación Z aporta un enfoque innovador y dinámico y un énfasis en la entrega y el salir de sí mismos para mirar a los demás. El estudio concluye que la colaboración intergeneracional es clave para potenciar el impacto y la sostenibilidad de las ONGs, aprovechando las fortalezas de cada grupo generacional para enfrentar los desafíos globales.

ABSTRACT

This Final Degree Project analyzes the generational motivations for the creation of Non-Governmental Organizations (NGOs). The study focuses on comparing the motivations of three generations: Generation X, *Millennials* (Generation Y), and Generation Z. Through in-depth interviews with NGO founders, significant differences in motivations and approaches of each generation were identified. Generation X is characterized by its pragmatism and focus on autonomy, while *Millennials* are noted for their commitment to global causes and the use of digital technologies. Generation Z brings an innovative and dynamic approach, as well as an emphasis on coming out of oneself and looking unto others. The study concludes that intergenerational collaboration is key to enhancing the impact and sustainability of NGOs, leveraging the strengths of each generational group to tackle global challenges.

ÍNDICE

1.	Introducción.....	5
1.1.	Exposición del problema de investigación.....	5
1.2.	Contexto y justificación.....	6
1.3.	Objetivos de la investigación.....	7
1.4.	Metodología.....	8
2.	Marco teórico.....	9
2.1.	Concepto de Organización No Gubernamental.....	9
2.2.	Análisis de motivaciones para la creación de ONGs.....	14
2.3.	Generaciones y características generacionales.....	19
2.3.1.	Generación X (1965-1980).....	19
2.3.2.	Generación Y (Millennials) (1981-1996).....	20
2.3.3.	Generación Z (1997-2012).....	21
2.4.	Brechas generacionales y colaboración intergeneracional.....	22
3.	Motivaciones generacionales y objetivos de las Organizaciones No Gubernamentales.....	24
3.1.	Generación X (1965-1980).....	24
3.2.	Generación Y (Millennials) (1981-1996).....	26
3.3.	Generación Z (1997-2012).....	27
4.	Análisis comparativo.....	28
4.1.	Identificación de patrones y diferencias.....	28
4.2.	Impacto en la gestión y el éxito de las ONGs.....	31
5.	Conclusiones.....	31
6.	Bibliografía.....	32
7.	Anexo.....	39

1. Introducción

En el mundo contemporáneo, las Organizaciones No Gubernamentales (en adelante, ONGs) han emergido como actores cruciales en la promoción de cambios sociales, la protección del medio ambiente, y la defensa de los derechos humanos. Este Trabajo de Fin de Grado se centra en explorar los motivos generacionales que impulsan la creación de estas organizaciones, proporcionando un análisis comparativo entre diferentes generaciones. La investigación tiene como objetivo identificar los factores que motivan a individuos de diversas generaciones a establecer ONGs y cómo estos factores afectan la naturaleza y el enfoque de estas organizaciones.

1.1. Exposición del problema de investigación.

El problema central de esta investigación radica en la comprensión de las motivaciones que llevan a diferentes generaciones a crear ONGs. ¿Qué factores específicos influyen en las decisiones de los integrantes de las llamadas Generación X, *Millennials* y la *Generación Z* para fundar estas organizaciones? ¿Cómo se manifiestan estas motivaciones en la misión, visión y actividades de las ONGs? Estas preguntas son cruciales para entender las dinámicas internas de estas entidades y su capacidad para adaptarse a los cambios sociales y económicos.

Explorar estas cuestiones permitirá identificar patrones y diferencias significativas entre las generaciones, proporcionando una perspectiva más clara sobre cómo cada una contribuye al desarrollo del sector no gubernamental. Además, este análisis ayudará a identificar las mejores prácticas y los desafíos comunes enfrentados por las ONGs, informando estrategias para mejorar su sostenibilidad y efectividad.

1.2. Contexto y justificación

Las ONGs han ganado protagonismo debido a su capacidad para abordar problemas que a menudo quedan fuera del alcance de los gobiernos y el sector privado. Desde la asistencia humanitaria hasta la defensa de los derechos civiles, estas organizaciones desempeñan un papel vital en la construcción de una sociedad más equitativa y justa. Sin embargo, las motivaciones detrás de su creación varían significativamente entre generaciones. Comprender estas

diferencias es esencial para diseñar estrategias efectivas de apoyo y colaboración intergeneracional que potencien el impacto de las ONGs.

A pesar de la abundante literatura sobre ONGs, la investigación que compara las motivaciones generacionales para la creación de estas organizaciones es limitada. Estudios previos han explorado ampliamente las características y motivaciones de las ONGs (Pérez Ortega et al., 2011;), pero pocos han examinado cómo las diferencias generacionales influyen en estas motivaciones. La mayoría de las investigaciones se centran en aspectos operacionales, estrategias de gestión y el impacto social de las ONGs sin considerar cómo los valores y experiencias generacionales afectan su fundación y desarrollo (Edwards y Hulme, 2002; Anheier et al, 2002).

La literatura sugiere que las generaciones presentan valores, prioridades y experiencias de vida distintas, lo cual influye en sus enfoques hacia la creación de ONGs. Sin embargo, no se ha realizado un análisis comparativo exhaustivo que investigue cómo estas diferencias generacionales afectan la misión, visión y actividades de las ONGs. Este estudio es novedoso porque proporciona una visión profunda sobre las motivaciones generacionales específicas de la Generación X, los Millennials y la Generación Z, llenando un vacío en la literatura actual. Así, este estudio no solo contribuirá al conocimiento académico sobre las dinámicas intergeneracionales en el sector no gubernamental, sino que también ofrecerá información práctica para fortalecer las ONGs en su misión de generar un cambio positivo en la sociedad. Al entender mejor las motivaciones y características de cada generación, las ONGs pueden diseñar estrategias más inclusivas y efectivas, aprovechando el potencial de todas las generaciones para enfrentar los desafíos globales.

En resumen, esta investigación es crucial porque aborda un área poco explorada y de creciente importancia en el campo de las ONGs. Al proporcionar evidencia sobre la novedad y la relevancia de este enfoque, este estudio ofrece una base sólida para futuras investigaciones y políticas de apoyo a estas entidades.

1.3. Objetivos de la investigación

El principal objetivo de esta investigación es analizar y comparar las motivaciones generacionales para la creación de ONGs. Específicamente, se pretende identificar y

categorizar las motivaciones principales de cada generación: Baby Boomers, Generación X, Millennials y Generación Z. Además, se busca analizar cómo estas motivaciones influyen en la misión y actividades de las ONGs, evaluando cómo los valores y prioridades de cada generación se reflejan en los objetivos y estrategias de las organizaciones que fundan. Finalmente, la investigación pretende proponer recomendaciones para mejorar el apoyo y la colaboración intergeneracional, sugiriendo estrategias que fomenten la cooperación entre generaciones en el sector no gubernamental, mejorando la eficiencia y sostenibilidad de las ONGs.

A través de este estudio, se espera contribuir al conocimiento académico sobre las dinámicas intergeneracionales en el sector no gubernamental y ofrecer información práctica para fortalecer las ONGs en su misión de generar un cambio positivo en la sociedad.

Esta investigación se basa en la premisa de que las diferencias generacionales son una fuente de riqueza y diversidad para las ONGs. Al comprender mejor las motivaciones y características de cada generación, las ONGs pueden diseñar estrategias más inclusivas y efectivas, aprovechando el potencial de todas las generaciones para enfrentar los desafíos globales. La colaboración intergeneracional no solo es posible, sino que es esencial para la innovación y el progreso en el ámbito de la acción social y humanitaria.

1.4. Metodología

El enfoque metodológico de este trabajo se ha centrado en un estudio teórico a través de una recolección de datos cualitativos mediante entrevistas en profundidad. La decisión de adoptar un enfoque teórico se fundamenta en el objetivo de explorar a fondo las motivaciones generacionales para la creación de ONGs, mediante entrevistas detalladas a diez organizaciones no gubernamentales.

Para la recopilación de datos, se seleccionaron diez ONGs, incluyendo tanto fundaciones establecidas como iniciativas más recientes, abarcando una amplia gama de misiones y actividades, y representando a tres generaciones distintas: la Generación X, la Generación X (también conocidos como los *Millennials*), y la Generación Z. Esta diversidad asegura una perspectiva amplia y enriquecedora sobre las motivaciones y dinámicas generacionales en la creación de ONGs.

El principal instrumento utilizado para la recolección de datos fue la entrevista semiestructurada. Este tipo de entrevista permite explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los fundadores de las ONGs, proporcionando la flexibilidad necesaria para abordar temas emergentes durante la conversación. Las entrevistas siguieron un guion predefinido que se incluirá en el Anexo al presente documento. Las transcripciones, por otro lado, también se incluirán en el Anexo.

Las entrevistas se realizaron de manera individual con los fundadores o cofundadores de cada ONG seleccionada, utilizando tanto medios presenciales como virtuales (videoconferencias) dependiendo de la ubicación y disponibilidad de los entrevistados. Cada fue grabada con el consentimiento de los participantes para su posterior transcripción y análisis. Una vez transcritas, las entrevistas fueron analizadas con el objetivo de identificar patrones y temas recurrentes en las narrativas de los entrevistados. Se utilizó un enfoque inductivo para permitir que los temas surgieran directamente de los datos, para garantizar así una comprensión más profunda y matizada.

La elección de un enfoque teórico se justifica por el interés en explorar de manera exhaustiva las motivaciones de los fundadores. Aunque la muestra de diez entrevistas no es suficiente para un análisis estadístico robusto, permite una exploración rica y profunda de las experiencias individuales. Este enfoque cualitativo nos ofrece una perspectiva comprensiva y detallada que contribuye significativamente al conocimiento académico y práctico en el campo de la gestión y creación de ONGs.

2. Marco teórico

2.1. Concepto de Organización No Gubernamental

El análisis del concepto de una organización no gubernamental (ONG) es crucial tanto en el marco de esta investigación académica y como en la práctica en diversos campos. Entender con precisión qué caracteriza a una ONG y cómo se distingue de otras formas de organizaciones esencialmente gubernamentales o con fines lucrativos proporciona un punto de partida para explorar su naturaleza, funciones y contribuciones a la sociedad. Esta comprensión conceptual no solo facilita la identificación y clasificación de las ONG, sino que también sienta las bases para evaluar su evolución, impacto y efectividad en la consecución de objetivos sociales, ambientales y humanitarios. Además, abordar el concepto de ONG implica considerar sus implicaciones legales, fiscales y de gobernanza, lo que resulta fundamental para la regulación, financiamiento y supervisión de estas entidades en el contexto nacional e internacional. De este modo, en este apartado procederemos a definir qué es lo que caracteriza a estas organizaciones desde diferentes perspectivas, a saber: legal, funcional, estructural, histórica, y filosófica o ideológica.

- Legal:

Desde el punto de vista legal, se identifican a las ONG por distintivos específicos que las distinguen de otras organizaciones, tales como las gubernamentales o las comerciales. En España, el punto de partida se encuentra en la Ley 43/2015, de 9 de octubre, del Tercer Sector de Acción Social. Esta ley describe a las entidades del Tercer Sector como organizaciones privadas, nacidas de la iniciativa social o ciudadana, que funcionan de acuerdo con los principios de solidaridad y participación social, buscando fomentar el interés general sin ánimo de lucro (Ley 43/2015, De 9 De Octubre, Del Tercer Sector De Acción Social. Boletín Oficial Del Estado, Núm. 243, De 10 De Octubre De 2015).

Estas organizaciones desempeñan un papel crucial en la promoción y el ejercicio de derechos civiles, económicos, sociales y culturales, especialmente para aquellos grupos en situación de vulnerabilidad o riesgo de exclusión social. La clasificación legal de las ONG abarca asociaciones, fundaciones y federaciones que cumplen con los criterios

establecidos en la mencionada ley, permitiendo su representación y defensa de intereses de una manera más efectiva.

Este marco legal es esencial no solo para la regulación y supervisión de las ONG, sino también para asegurar su financiamiento y funcionamiento dentro de los límites legales. Además, entender este concepto desde una perspectiva legal permite identificar y clasificar adecuadamente las ONG, lo que es un paso crucial para evaluar su evolución, impacto y eficacia en la consecución de objetivos sociales, ambientales y humanitarios.

La mencionada independencia del estado no implica una falta de interés en colaborar con las administraciones públicas, sino más bien, establecer un marco de acción basado en principios de solidaridad y mayor justicia social. La autonomía de estas entidades se refleja en su capacidad para estabilizar sus propias agendas y prioridades, orientadas hacia la mejor calidad de vida de los colectivos más vulnerables o la defensa del medio ambiente, entre otros países (Rodríguez et al., 2023).

La definición de ONG también implica un compromiso con la transparencia y la eficacia, los cuales son elementos esenciales para gestionar la confianza de las ciudades y las entidades financieras. La necesidad de una gestión efectiva y transparente responde al hecho de que las ONG no solo responden a necesidades sociales inmediatas, sino que también influyen en las políticas públicas y promueve procesos estructurales en la sociedad. En este sentido, la conceptualización de las ONG abarca tanto sus características estructurales y legales como su papel activo en la promoción de valores democráticos, la participación ciudadana y la innovación social. Por lo tanto, las ONG representan un canal vital para la articulación de demandas sociales y la promoción de una sociedad más justa y equitativa (Barros & Franco, 2011).

- Funcional:

Las ONG han sido reconocidas como entidades cuyo objetivo persigue el beneficio social. Como hemos mencionado anteriormente, una de sus características principales a nivel jurídico, es la independencia del Estado, aunque es cierto que operan en áreas de responsabilidad para el mismo. Por otro lado, cabe destacar que el trabajo voluntario es una de las bases de este tipo de organizaciones, mostrando que poseen una naturaleza

altruista (Peña, 2025). Teniendo todo esto en cuenta, el rol que tienen estas entidades en la sociedad se ha visto moldeado por numerosos factores, entre ellos la colaboración con distintos agentes, y la búsqueda de financiamiento (Martell, 2013).

En España, se ha observado un significativo incremento en las funciones de estas organizaciones, en un contexto de una menor intervención estatal. Esta tendencia ha sido especialmente evidente dentro del contexto del modelo de bienestar mediterráneo español, donde tanto la familia como la sociedad civil desempeñan roles fundamentales. Las ONG en España se han convertido en importantes actores de la sociedad civil, desempeñando un papel crucial en la cooperación al desarrollo, la ayuda de emergencia y la sensibilización social, entre otras áreas. Este rol se complementa con la capacidad de actuar como proveedores significativos de asistencia al llevar a cabo el movimiento de recursos materiales, subsidios y personal (Cloquell et al., 2022).

La diversidad dentro del sector de las ONG es amplia, abarcando desde organizaciones con un enfoque asistencial hasta aquellas que promueven cambios estructurales en la sociedad (Cloquell et al., 2022). Esta diversidad de actividades y reflexiones refleja la complejidad del sector y la variabilidad de la motivación y los objetivos de las ONG.

En resumen, las ONG representan un sector diverso y complejo que desempeña un papel fundamental en la atención de problemas sociales, la promoción de cambios estructurales y el fomento de la cooperación al desarrollo. Su autonomía, el predominio del trabajo voluntario y su enfoque en el beneficio social son características distintivas que definen su función dentro de la sociedad.

- Histórica:

El concepto de ONG encuentra raíces profundas en la historia, aunque, evidentemente, estas han sufrido grandes cambios a lo largo del tiempo. De hecho, este concepto incluso en las civilizaciones antiguas, como puede ser la antigua Roma. Esto se debe a que existían agrupaciones de ciudadanos romanos que surgieron con el objetivo de proporcionar asistencia y ayuda a aquellos más necesitados, anticipando de alguna manera los principios de solidaridad y el altruismo que relacionamos con las ONG hoy en día (Edwards & Hulme, 2002).

Más tarde, durante la Edad Media y el Renacimiento, fueron las órdenes religiosas y las cofradías quienes desempeñaron un papel importante en la prestación de servicios sociales y de asistencia a las comunidades. Esto lo realizaban de manera independiente al control gubernamental. De esta manera, estas instituciones atendían a los enfermos, los pobres y los necesitados, contribuyendo así al desarrollo de lo que más tarde sería reconocido como el sector de las ONG (Anheier & Themudo, 2002).

Sin embargo, lo que conocemos actualmente como “ONG”, no se desarrolló hasta que emergieron movimientos sociales y políticos del siglo XIX y XX. Durante este período, se establecieron numerosas organizaciones de la sociedad civil dedicadas a abordar diversos problemas sociales, políticos y ambientales. Esto muchas veces surgía como una respuesta a la carencia de acción gubernamental al respecto o la necesidad de representación de grupos desfavorecidos (Salamon & Anheier, 1998).

- Filosófica o ideológica:

Desde una perspectiva filosófica e ideológica, el concepto de ONG se entiende como una manifestación de la voluntad colectiva de los individuos para abordar la desigualdad y las injusticias sociales (Biekart & Fowler, 1997). Esta voluntad se basa en una serie de valores fundamentales, como la solidaridad, la justicia social, la participación ciudadana y el respeto a los derechos humanos (Sen, 2009).

A nivel filosófico, podríamos destacar el liberalismo político como una de las principales corrientes filosóficas que de alguna manera influyen al surgimiento de las ONG (Meyer & Minkoff, 2004). Esta corriente, en su concepción original, pone un significativo énfasis en la autonomía individual y la responsabilidad social para buscar el bien común. Sobre todo, destaca la capacidad y responsabilidad de cada uno para abordar estas cuestiones sociales sin depender únicamente ni del mercado ni del Estado (De Sousa Santos, 2005).

Por otro lado, desde un punto de vista ideológico, las ONG son expresión de diversas corrientes de pensamiento político y social, que van desde el humanismo y el progresismo hasta el feminismo y el ecologismo. Cada una de estas ideologías aporta su propio marco conceptual y sus objetivos específicos a la labor de las ONG, influyendo

en la forma en que abordan los problemas sociales y en las estrategias que emplean para alcanzar sus metas (Taylor, 1992).

Además, desde una perspectiva religiosa, las ONG pueden ser vistas como manifestaciones de los principios éticos y morales arraigados en diversas tradiciones religiosas. En muchas religiones, existe un fuerte énfasis en el deber de ayudar a los necesitados y promover la justicia social como parte integral de la práctica religiosa. Por lo tanto, muchas ONG han surgido inspiradas en estos valores religiosos, y a menudo colaboran estrechamente con instituciones religiosas para llevar a cabo su trabajo humanitario y de desarrollo (Clarke, 2001).

De este modo, una Organización No Gubernamental se puede definir como una entidad privada sin fines de lucro, creada por iniciativa ciudadana para promover el interés general, especialmente de grupos vulnerables, de manera independiente del Estado y basada en el trabajo voluntario, basando su acción se rige en principios de solidaridad y participación social.

2.2. Análisis de motivaciones para la creación de ONGs.

2.2.1. Introducción

Cómo hemos visto en el apartado anterior, las ONGs han cobrado un papel crucial a la hora de abordar numerosas problemáticas sociales, a menudo actuando como intermediarias entre el Estado, el mercado, y los ciudadanos.

De esta manera, es esencial comprender cuáles son las motivaciones que llevan a la creación de este tipo de entidades, y que dan lugar a su surgimiento, afectando también tanto a su desarrollo como a su impacto. Estas motivaciones pueden ser de origen muy variado, pudiendo originar de las convicciones personales de sus fundadores, de las necesidades palpables, o de una combinación de ambas, y se ven influidas profundamente por el contexto sociocultural que las rodea. Para poder identificarlas con claridad, realizaremos una sencilla clasificación de las motivaciones.

2.2.2. Clasificación de motivaciones para la creación de ONG

- Motivaciones ideológicas y valores personales:

A menudo la creación de entidades e instrumentos del tercer sector surge del deseo de llevar a cabo acciones que reflejen sus valores y aspiraciones personales, buscando plantear propuestas e iniciativas marcadas por su visión de la sociedad (Peña, 2024). Simplemente en el emprendimiento en general, sin adentrarse en las ONG, las aspiraciones individuales son decisivos a la hora de decidir emprender en cualquier ámbito (Marulanda et al., 2019). No obstante, estos no solamente influyen a la hora de iniciar una acción de este tipo, sino también la vida de esa organización y cómo se va a desarrollar. En toda organización existe la necesidad de alinear los valores organizacionales con los de los miembros para que prevalezca el compromiso de estos con la entidad de manera orgánica (Gerente De Comunicación Institucional Y Marketing De Consultores De Empresas, 2015). De este modo, las motivaciones ideológicas y los valores personales desempeñan un papel fundamental en la creación de organizaciones no gubernamentales (ONGs), a menudo impulsando a individuos y grupos a tomar acción directa para fomentar el cambio social, político o ambiental. Este tipo de motivaciones radica en creencias profundamente arraigadas sobre cómo debería ser el mundo, qué es justo y ético, y cómo se pueden resolver los problemas sistémicos de nuestra sociedad.

En primer lugar, las ideologías centradas en la justicia social, la equidad y la igualdad suelen ser poderosos catalizadores para la creación de ONGs. Personas motivadas por la lucha contra la desigualdad y la injusticia perciben la formación de una ONG como un medio para abordar estas cuestiones de manera organizada y sistemática. Estas ONGs pueden enfocarse en derechos humanos, igualdad de género, derechos de los trabajadores, o racismo, reflejando una lucha contra estructuras de poder desequilibradas y buscando reformas significativas. Además, con una creciente conciencia sobre los problemas ambientales, muchas personas se sienten compelidas por ideologías que priorizan la sostenibilidad, la conservación y el respeto por la naturaleza, creando ONGs dedicadas a la protección del medio ambiente, la promoción de energías renovables, la conservación de la biodiversidad, o la lucha contra el cambio climático. Existe también una motivación ideológica centrada en modelos alternativos de desarrollo económico que son inclusivos, éticos y equitativos. Fundadores de ONGs con esta orientación

ideológica buscan implementar y promover prácticas que apoyen el comercio justo, microfinanzas, cooperativismo, y otras formas de economía social (Zainal Abiddin, 2022).

Por otro lado, los valores de compasión y empatía son a menudo el corazón de muchas ONGs. Los individuos que valoran profundamente el bienestar de otros se sienten motivados a ayudar a aquellos en situación de vulnerabilidad o en riesgo. Esto puede manifestarse en ONGs que trabajan con poblaciones marginadas, refugiados, niños en riesgo, o víctimas de violencia. Se trata de un fuerte sentido de responsabilidad personal y compromiso con la comunidad o causas globales que se traduce en un compromiso activo a través de la acción directa y la movilización de recursos (Zainal Abiddin, 2022).. Los valores de integridad y transparencia a menudo llevan a individuos a establecer ONGs como una respuesta a la corrupción o la falta de eficacia en las instituciones existentes. Estos valores fundamentan la operación de la ONG en principios de honestidad y apertura, buscando ganar la confianza y el apoyo de la comunidad y donantes. Valores como la innovación y la creatividad también son centrales en la motivación para crear ONGs, especialmente aquellas que buscan soluciones novedosas a problemas persistentes y ven las ONGs como un medio para experimentar y aplicar nuevas ideas que podrían ser demasiado radicales o no probadas para entidades más establecidas o conservadoras (Donorbox, 2024).

- Motivaciones pragmáticas y necesidades sociales

Un catalizador importante para la creación de ONGs pueden ser las necesidades sociales no cubiertas, o aquellas que están abordadas de manera insuficiente. Pueden surgir de diferentes situaciones como la pobreza, la desigualdad, la marginalidad, donde ni el gobierno ni el mercado han logrado solucionar determinadas problemáticas.

Las ONGs han evolucionado, adaptándose a un entorno de administración pública en cambio, y cómo teorías como los bienes públicos globales y la teoría principal-agente pueden explicar sus roles y motivaciones. Estas teorías sugieren que las ONGs se forman y actúan en respuesta a las necesidades de gobernanza y la autogestión de recursos comunes (Tshiyoyo, 2023). De este modo, hablamos de la

necesidad de abordar problemas concretos que no están siendo efectivamente gestionados por los entes gubernamentales o el sector privado. Los fundadores de ONGs identifican necesidades insatisfechas en la comunidad, como salud, educación o servicios sociales, y se movilizan para llenar estos vacíos a través de iniciativas no gubernamentales (Gailmard, 2014).

Además, las ONGs ofrecen un terreno fértil para la innovación en la solución de problemas sociales, ambientales o económicos. Personas con ideas innovadoras que pueden no ser comercialmente viables o que requieren un enfoque más humanitario que comercial, pueden optar por el modelo de ONG para llevar a cabo sus proyectos. Igualmente, comparadas con las grandes estructuras gubernamentales o corporativas, las ONGs suelen ser más flexibles y ágiles en su capacidad para adaptarse a los cambios y responder rápidamente a las crisis, lo cual es crucial en áreas como el alivio de desastres o la crisis humanitaria (Center For Strategic And International Studies, 2022).

Por otro lado, en algunos contextos, iniciar una ONG puede facilitar el acceso a fuentes de financiamiento, como subvenciones, donaciones o apoyos internacionales, que no están disponibles para entidades con fines de lucro o para programas gubernamentales limitados por presupuestos restringidos (Kriss, 2024). Por último, las ONGs a menudo disfrutan de beneficios fiscales que no están disponibles para las empresas con fines de lucro. Estos beneficios pueden incluir exenciones de impuestos, lo que puede ser un incentivo pragmático para elegir este modelo organizativo.

2.2.3. Factores que influyen en las motivaciones

Es relevante destacar que la creación de ONGs está profundamente influenciada por una multiplicidad de factores que abarcan desde el contexto político y económico hasta el cultural. Estas organizaciones surgen como respuesta a necesidades específicas de la sociedad civil y a menudo son provocadas por condiciones que pueden variar significativamente según el lugar y el tiempo. A continuación, exploraremos cómo estos factores influyen en las motivaciones para crear ONGs.

El entorno político de un país o región puede ser un factor determinante en la creación de ONGs. En lugares donde hay una falta de representación política efectiva, restricciones a la libertad de expresión o violaciones de los derechos humanos, las ONGs pueden surgir como contrapeso o respuesta a las deficiencias del gobierno. Por ejemplo, en regímenes autoritarios, las ONGs pueden llenar el vacío dejado por la falta de instituciones democráticas, abogando por los derechos civiles y políticos de los ciudadanos (Council Of Europe, N.D.).

Por otro lado, es evidente que las condiciones económicas, como la pobreza, la desigualdad y la falta de acceso a servicios básicos, pueden motivar la creación de ONGs centradas en el desarrollo comunitario, la ayuda humanitaria y la provisión de servicios sociales. En países donde el Estado no puede satisfacer todas las necesidades de la población debido a limitaciones financieras o corrupción, las ONGs pueden intervenir para cerrar esa brecha y proporcionar servicios vitales a aquellos que los necesitan (Zainal Abiddin. 2022).

Los valores culturales y las creencias también pueden influir en la creación de ONGs, pues en sociedades donde la solidaridad comunitaria es un valor fundamental, pueden surgir como manifestaciones de ese espíritu altruista y de colaboración. Del mismo modo, en lugares donde existen fuertes tradiciones de activismo y organización social, es más probable que florezcan iniciativas de la sociedad civil (Penn State Extension, 2023).

Un ejemplo de cómo estos factores se entrelazan puede observarse en América Latina, donde la combinación de problemas políticos, como la corrupción y la falta de representación, junto con desafíos económicos como la pobreza y la desigualdad, ha dado lugar a un paisaje diverso y vibrante de ONGs. Organizaciones como "Acción Ciudadana" en Guatemala o "Médicos Sin Fronteras" en países como Honduras o El Salvador, surgen como respuestas a necesidades específicas dentro de estos contextos (Kallman & Clark, 2015).

A modo de comparación, podemos tomar dos países y ver cómo sus diferentes contextos sociopolíticos influyen en las motivaciones para crear ONGs dentro del país (Anheier & Salamon, 1999). Por ejemplo, en Suecia, un país con una larga tradición de democracia estable, estado de derecho y bienestar social, las

ONGs a menudo surgen como complemento al sistema de bienestar existente. Estas organizaciones, conocidas como "ideell förening" en sueco, se centran en áreas como el medio ambiente, la igualdad de género, la educación y la atención médica. El contexto político de Suecia, caracterizado por un gobierno democrático fuerte y una sociedad civil activa, proporciona un entorno propicio para la creación de ONGs que abogan por diversas causas y trabajan en colaboración con el gobierno para abordar los problemas sociales. Un ejemplo notable es la Asociación Sueca para la Conservación de la Naturaleza (Naturskyddsföreningen), fundada en 1909, que se dedica a la protección del medio ambiente y la promoción de prácticas sostenibles. Esta ONG ha prosperado en un entorno político que valora la participación ciudadana y la sostenibilidad ambiental (Wijkström, 2004).

Por otro lado, en Nigeria, un país con una historia de inestabilidad política, corrupción y conflictos étnicos, las ONGs a menudo surgen en respuesta a la falta de infraestructuras y servicios básicos proporcionados por el gobierno. El contexto político en Nigeria está marcado por una serie de desafíos, que incluyen la corrupción generalizada, la ineficacia del gobierno y la violencia sectaria, lo que crea un vacío que las ONGs intentan llenar. Una ONG prominente en Nigeria es la Sociedad de Cruz Roja Nigeriana, que brinda servicios de salud, asistencia humanitaria y gestión de desastres en un entorno donde la infraestructura gubernamental es limitada y la atención médica a menudo es inaccesible para muchos. Esta organización demuestra cómo el contexto sociopolítico de Nigeria, caracterizado por la inestabilidad y la falta de recursos, impulsa la creación de ONGs que proporcionan servicios esenciales a la población (Iheduru, 2006).

2.3. Generaciones y características generacionales

Las generaciones se definen como grupos de individuos nacidos en períodos específicos que comparten experiencias históricas y sociales similares, moldeando así determinadas características, valores y comportamientos (Jansen, 1974). Comprender las características generacionales es crucial para analizar los diversos fenómenos sociales y económicos que marcan las motivaciones a estudiar. Cada generación, influenciada por sus contextos históricos y culturales, muestra tendencia y prioridades distintas que afectan su forma de interactuar con el mundo y de contribuir a la sociedad.

A continuación analizaremos cuáles son las características propias de tres generaciones distintas.

2.3.1. Generación X (1965-1980)

La Generación X, nacida entre 1965 y 1980, representa un grupo demográfico que experimentó un período de cambio social y económico significativo en el mundo occidental. A menudo eclipsada por los *baby boomers* y los *millennials*, la Generación X ha dejado una marca distintiva en la sociedad contemporánea. Caracterizada por su individualismo, pragmatismo y adaptabilidad, ha enfrentado desafíos únicos y ha desarrollado valores y actitudes que reflejan su época, que se han materializado en las siguientes características.

La Generación X se caracteriza por su enfoque en la individualidad y la autonomía. Crecieron en un período de cambio social y económico, lo que les llevó a valorar la independencia y la capacidad para tomar decisiones por sí mismos (Mckenna, 2024). A diferencia de los *baby boomers*, tienden a ser más escépticos y desconfiados hacia las instituciones. Esta desconfianza se ha visto influida por escándalos políticos y corporativos (Tanner, 2024). Destaca su capacidad para adaptarse a los cambios y enfrentar la incertidumbre, pues crecieron en una época de rápida evolución tecnológica y cambios en el mercado laboral, lo que les llevó a desarrollar habilidades de adaptación y resiliencia (Media Culture, 2023).

A diferencia de sus predecesores, valoran el equilibrio entre el trabajo y la vida personal. Son conscientes de la importancia de pasar tiempo con la familia y disfrutar de actividades fuera del trabajo (Acciona People, 2020). Son menos idealistas que los *baby boomers* y están más centrados en resolver problemas de manera práctica y eficiente. Muchos miembros de la Generación X son emprendedores y empresarios, pues crecieron en un momento en que el espíritu empresarial estaba en alza, haciéndoles valorar la autonomía y la libertad que viene con ser su propio jefe (Gao & Taylor, 2014).

Esta generación llegó a la edad adulta durante un tiempo de cambios económicos y tecnológicos rápidos, incluyendo la recesión de los años 80 y el auge de la informática. Han demostrado ser increíblemente pragmáticos y autónomos, enfocados en crear

soluciones específicas y manejables para problemas locales y globales. Su enfoque en la creación de ONGs a menudo se orienta hacia la acción directa y las intervenciones enfocadas, como el desarrollo de la comunidad, la educación y la respuesta a desastres.

2.3.2. Generación Y (Millennials) (1981-1996)

La Generación Y, más comúnmente conocida como *millennials*, comprende aquellos nacidos entre 1981 y 1996 y representa un grupo demográfico que ha crecido en un mundo marcado por avances tecnológicos y cambios sociales rápidos. Esta generación ha sido testigo de la aparición de internet, las redes sociales y otras innovaciones que han moldeado su forma de pensar, trabajar y relacionarse con el mundo que les rodea, y se caracteriza por los siguientes aspectos (Taylor & Keeter, 2010).

Los *millennials* son la primera generación en crecer completamente inmersa en la era digital, adoptando la tecnología de forma natural (Aikat, 2019). Además, buscan un trabajo que tenga un propósito y les permita contribuir de manera significativa a la sociedad (Deloitte, 2023). Valorán el equilibrio entre el trabajo y la vida personal y buscan empleos que ofrezcan flexibilidad y oportunidades de desarrollo. Además, están acostumbrados a trabajar en equipo y colaborar en entornos multiculturales y multidisciplinarios, razón por la que valoran el intercambio de ideas para lograr objetivos comunes (Freedman, 2023).

Valoran la diversidad y la inclusión en todas sus formas, siendo conscientes de las diferencias culturales, étnicas y de género, y abogando por la igualdad de oportunidades y el respeto hacia todos los individuos (Kudos, 2019). Muchos son emprendedores y tienen un alto espíritu empresarial, valorando la autonomía y la posibilidad de crear sus propias oportunidades de negocio (Shibli, 2023).

Por otro lado, prestan especial atención a su bienestar físico, mental y emocional (Nermoe, 2022). Así, están dispuestos a gastar más en productos y servicios que promuevan un estilo de vida saludable (Enriquez, 2021). A pesar de enfrentar desafíos económicos y sociales, mantienen un espíritu optimista y una actitud de adaptabilidad frente a los cambios (Murphy, 2018).

Los *millennials* han crecido en una era de globalización y cambio digital. Expuestos a una variedad más amplia de información y redes interconectadas desde una edad

temprana, esta generación está motivada por valores de inclusividad, diversidad y sostenibilidad ambiental. Son particularmente activos en causas que involucran cambio climático, derechos humanos y equidad social, siendo adeptos para utilizar la tecnología para movilizar recursos y conciencia.

2.3.3. Generación Z (1997-2012)

La Generación Z comprende a aquellos nacidos entre 1997 y 2012 y representa aquella que ha crecido en un mundo totalmente digitalizado y globalizado. Han sido testigos de cambios rápidos en la tecnología, la comunicación y la cultura, lo que ha influido en su forma de pensar e interactuar con el mundo que les rodea. Valoran la autenticidad y la transparencia en las personas y en todas las entidades, marcas, etc. con que entran en contacto (Mckinsey & Company, 2020).

Han crecido en un mundo dominado por la tecnología digital, estando expuestos a dispositivos móviles, internet y redes sociales desde una edad temprana (Dimock, 2019). Además, los miembros de esta generación muestran una fuerte conciencia social, utilizando las redes sociales y otras plataformas en línea para expresar sus opiniones y promover el cambio social (Wood, 2022). En relación con esto, cabe destacar que se trata de una generación notablemente diversa e inclusiva que valora la diversidad y aboga por la inclusión y la igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su origen étnico, cultural o de género (Fry & Parker, 2018).

Tienden a ser autodidactas y están acostumbrados a buscar información y aprender de forma independiente a través de internet y otras plataformas en línea. Así, prefieren entornos de aprendizaje flexibles y personalizados que se adapten a sus necesidades individuales (Barnes & Noble College, 2019). Por otro lado, mayoritariamente están dispuestos a tomar riesgos y explorar nuevas oportunidades en el mundo empresarial y creativo (Deloitte Insights, 2021). Asimismo, muestra una mayor conciencia y preocupación por el bienestar mental, reconociendo su importancia y buscando recursos y apoyo para manejar el estrés, la ansiedad y otros problemas relacionados (Mckinsey & Company, 2022).

Así, la Generación Z ha mostrado una inclinación notable hacia el activismo digital y el voluntariado impulsado por causas (Give Young, 2023). Crecieron con las redes

sociales y están altamente informados sobre los problemas globales desde una edad temprana, motivados por la urgencia de abordar crisis como el cambio climático, la justicia social y la salud mental. Son innovadores en el uso de plataformas digitales para la organización y la recaudación de fondos, y prefieren involucrarse en actividades de voluntariado que ofrecen flexibilidad y una conexión directa con el impacto de su trabajo.

2.4. Brechas generacionales y colaboración intergeneracional

El fenómeno de las brechas generacionales ha cobrado relevancia en los últimos años debido a las diferencias en valores, experiencias y actitudes entre las diferentes generaciones. Estas brechas pueden manifestarse en diversos aspectos de la vida, incluyendo el trabajo, la educación, la política, la cultura y la tecnología, y pueden tener profundas implicaciones en la sociedad contemporánea (Pew Research Center, 2015).

Una de las brechas intergeneracionales más prominentes se encuentra en el ámbito laboral. Las generaciones más jóvenes a menudo son percibidas como más inclinadas a valorar el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, la flexibilidad laboral y el propósito en el trabajo. Por otro lado, las generaciones más mayores pueden priorizar la estabilidad laboral, la dedicación y la experiencia acumulada a lo largo de los años. Estas diferencias pueden dar lugar a tensiones y conflictos en el lugar de trabajo, así como a desafíos en la gestión intergeneracional y el liderazgo (Bailey & Owens, 2020).

Otra brecha intergeneracional importante se encuentra en el ámbito de la educación. Las generaciones más jóvenes, criadas en un entorno digital y tecnológico, pueden tener habilidades y preferencias de aprendizaje diferentes a las de las generaciones mayores. Esto puede llevar a discrepancias en los enfoques educativos, así como en la comprensión y la adopción de nuevas tecnologías en el aula. Además, las expectativas sobre el valor y el propósito de la educación pueden variar entre generaciones, lo que puede influir en las decisiones educativas y profesionales de los individuos (Lowell & Morris, 2019).

Esto también se manifiesta en el ámbito político y social. Las diferencias en valores y prioridades pueden influir en las opiniones y preferencias políticas, dando lugar a

tensiones y divisiones en la sociedad, así como a desafíos en la formulación de políticas y la toma de decisiones a nivel gubernamental.

Además, las brechas intergeneracionales se ven exacerbadas por el rápido avance de la tecnología y la comunicación. Las generaciones más jóvenes, que han crecido en un mundo digital y conectado, tienen habilidades y competencias tecnológicas más avanzadas, dando lugar a una brecha digital entre generaciones, con consecuencias en el acceso a la información y la inclusión social (Trujillo-Torres, et al., 2023).

Para abordar las brechas intergeneracionales y promover la cohesión social, es necesario fomentar el diálogo intergeneracional, el entendimiento mutuo y la colaboración entre generaciones. Esto puede implicar la creación de programas y políticas que promuevan el intercambio de conocimientos y experiencias entre generaciones, así como la creación de espacios inclusivos que reconozcan y valoren las contribuciones de todas las generaciones a la sociedad. Además, es importante reconocer y celebrar la diversidad generacional como un activo para la construcción de una sociedad más inclusiva y resiliente (World Health Organization, 2023). A pesar de las diferencias generacionales, la colaboración intergeneracional puede ser una herramienta poderosa en la creación y gestión de ONGs. Las generaciones mayores pueden aportar experiencia, conocimientos y redes de contactos, mientras que las generaciones más jóvenes pueden ofrecer nuevas ideas, energía y habilidades tecnológicas. La colaboración intergeneracional puede promover la transferencia de conocimientos y la innovación en el sector de las ONGs, así como fortalecer la capacidad de estas organizaciones para abordar los desafíos sociales de manera efectiva y sostenible. Además, puede fomentar un mayor entendimiento y respeto entre generaciones, así como un sentido de comunidad y propósito compartido (De Anca, 2023).

Tras analizar el concepto de ONG, sus motivaciones fundacionales y las diferentes características generacionales, se puede observar que cada generación tiene distintos enfoques y objetivos que influyen en la creación y gestión de las ONG, determinados por su contexto y vivencias. La Generación X, marcada por su pragmatismo y enfoque en la autonomía, podría tener a fundar ONGs con un enfoque práctico y eficiente, orientadas a resolver problemas locales y comunitarios. Los *Millennials*, caracterizados por su adaptabilidad y fuerte sentido de propósito, están motivados por la inclusividad, la sostenibilidad y la justicia social, creando ONGs que abordan problemas globales

mediante el uso de tecnologías digitales. La Generación Z, con su activismo digital y fuerte conciencia social, está impulsada por la urgencia de resolver crisis inmediatas como justicia social, utilizando plataformas digitales para movilizar recursos y concienciar a la sociedad. La teoría propuesta sugiere que las diferencias generacionales en valores y enfoques no solo moldean las motivaciones para fundar ONGs, sino también su estructura, estrategias y áreas de impacto. Esta diversidad intergeneracional puede enriquecer el sector de las ONGs mediante enfoques que abordan una gama ampliada de problemas. En conclusión, la interacción y colaboración de estas generaciones dentro del ámbito de las ONGs puede potenciar la efectividad y sostenibilidad de sus iniciativas, aprovechando la experiencia de las generaciones mayores y la energía y habilidades de las más jóvenes.

3. Motivaciones generacionales y objetivos de las Organizaciones No Gubernamentales

Las diferentes generaciones traen consigo motivaciones únicas y valores distintivos que influyen en su participación en actividades de voluntariado y en la fundación de organizaciones no gubernamentales (ONGs). Estos impulsos están profundamente arraigados en las experiencias vividas, las circunstancias socioeconómicas y los cambios culturales que cada generación enfrenta. Al comprender cómo estas motivaciones varían entre las generaciones, podemos obtener una visión más clara de cómo y por qué las ONGs se adaptan y evolucionan para responder a los desafíos emergentes y cambiantes.

3.1. Generación X (1965-1980)

Según las características observadas en la Generación X - que comprende a los nacidos entre 1965 y 1980 -, esta generación es pragmática y anhela la independencia. Borja Castillo, como director de la Fundación Dignia, es un buen ejemplo de ello. Así se plasma en sus propias palabras, de su entrevista, donde afirma que: "Legalmente se constituyó la Fundación en 2023, pero hace ya muchos años que venimos con este proyecto", lo cual habla de su dedicación y la independencia que lleva en su carácter al estar a cargo de su ONG. La motivación es claramente personal, pero parte de una situación que le hace entrar en contacto con una realidad que considera que no está cubierta como debería, como son los cuidados paliativos, y pasa años diseñando una estrategia para lograrlo. Castillo dice: "Proporcionamos atención paliativa domiciliaria, incluyendo apoyo médico, psicológico y social," y esta es una respuesta muy clara a una necesidad específica.

Observamos un fenómeno similar en la fundadora de Siempre Madre, Santiuca Bueno, perteneciente a la misma generación, que aunque también está muy comprometida con la causa a nivel personal, también tiene una experiencia que le abre los ojos a una realidad que desde su punto de vista no es atendida. Ella, siendo madre y farmacéutica, entra en contacto con esa situación desfavorable, y enseguida se lanza a crear la ONG, y así lo dice en estas palabras: "Me motivó en parte el confinamiento por

la pandemia de COVID-19, ya que se me pidió ayudar a organizar equipos para otra fundación que apoyaba a madres en situación de calle".

Observamos que, en ambos, como también podemos ver en la entrevista realizada a Clara Arnal de Juntos Por la Vida, se parte de una experiencia personal que encuentran en su vida cotidiana (Castillo al crecer con sus abuelos y ser su hermana y cofundadora enfermera, y Bueno al ser farmacéutica y madre), que les abre los ojos a una realidad y a la necesidad de proponer una solución de manera pragmática y realista. Así ocurre también en el caso de Arnal, que indica en la entrevista que ella misma era adoptada, acontecimiento que le impulsa a, frente a la catástrofe de Chernobyl, y más adelante la guerra, apostar por la acogida de jóvenes, niños y adolescentes como manera de contribuir al crecimiento de personas que se enfrentan, en la etapa más formativa de su vida, a fenómenos extraordinarios que les pueden marcar para siempre.

3.2. Generación Y (Millennials) (1981-1996)

Los *Millennials*, nacidos entre 1981 y 1996, son conocidos, como ha sido mencionado previamente, por su adopción de la tecnología y su deseo de trabajar en proyectos significativos. Carlos Bobillo, Letizia Hortsmann y Elena Abad representan bien estos valores. Elena Abad, fundadora de la ONG "Quiero cenar contigo", establece que su organización nació como una respuesta directa a la crisis provocada por la pandemia. En su entrevista, Abad señala que inicialmente comenzaron como una asociación durante la pandemia de 2020 y luego evolucionaron a una fundación, mostrando cómo los *Millennials* utilizan circunstancias adversas como catalizadores para la acción.

Carlos Bobillo, fundador de la Asociación Solidaria Universitaria (ASU), enfatiza la importancia de la tecnología en la gestión de su organización. En su entrevista, Bobillo menciona que no solamente se utiliza para implementar proyectos sostenibles, sino también para coordinar las actividades, y, para llegar a un público más amplio. Carlos Bobillo, fundador de la Asociación Solidaria Universitaria (ASU), enfatiza la importancia de la innovación y la tecnología en la gestión de su organización. En su entrevista, Bobillo menciona: "La innovación es importante en cuanto a que la tecnología y las redes sociales son nuestra manera de involucrar a los jóvenes, porque nos permite llegar a un público mucho más amplio que por el boca a boca, y en la

implementación de proyectos sostenibles y obviamente para coordinar las actividades. Utilizamos redes sociales, y todo eso, para facilitar la educación y la sanidad en las comunidades con las que trabajamos. Yo creo que sobre todo para alcanzar a más personas, las redes sociales hoy en día son claves. Y luego a la hora de desarrollar proyectos, yo creo que la entrega hace que nazca la creatividad, ¿no?, entonces es como que de nuestras creencias personales sale ese inconformismo de buscar constantemente maneras de actuar que sean innovadoras y diferentes"

Leticia Horstmann, de la Fundación Pablo Horstmann, destaca la importancia de proporcionar servicios esenciales a comunidades vulnerables. En su entrevista, Horstmann señala: "Trabajamos para que cada niño en situación de vulnerabilidad reciba alimentación, educación y atención sanitaria". Su experiencia familiar y la pérdida de su hermano fueron factores determinantes en la creación de la fundación, que busca transformar la tristeza en acciones positivas para otros. Además, Leticia también enfatiza el papel crucial de la innovación en su trabajo: "En cada proyecto que ha desarrollado la Fundación, hemos necesitado una dosis relevante de creatividad para desarrollar el proyecto y adaptarlo a las necesidades específicas de cada comunidad. También la falta de recursos hace que nuestro personal sanitario en terreno innove por necesidad. Así, por ejemplo, hace poco una enfermera en uno de nuestros hospitales creó un respirador para un bebé con una botella de plástico, salvándole la vida." Destacando también el papel fundamental de las redes sociales para comunicar su labor, porque dan un alcance mucho mayor.

3.3. Generación Z (1997-2012)

La Generación Z está compuesta por aquellos nacidos entre 1997 y 2012, los cuales han crecido en un entorno digitalizado y muestran una gran conciencia social y deseo de activismo. Atendiendo a los fundadores de las ONG's analizadas, esta generación la forman Santiago Herrero-Tejedor, Patricia LLamas y Cristina Miralles.

Cada ONG resuelve una problemática distinta: Youth Revolution conecta a los jóvenes activos que deseyan realizar voluntariado y a las organizaciones que necesitan voluntarios, Los Ángeles de kenia ayuda a que niños abandonados y mujeres violadas en Kenia salgan adelante y TRIQ asiste a madres solteras en situación de exclusión social a través de becas de estudio en Tánger. Asimismo, se puede observar que las 3

ONG's se han centrado en áreas en las que ni el sector privado ni el gobierno han intervenido lo suficiente.

En cuanto a los motivos personales que les han llevado a fundar una ONG, los tres fundadores afirman que deseaban contribuir a la sociedad y entregarse más allá de la vida cotidiana. Asimismo, los 3 fundadores han sido impulsados por sus creencias y valores. Además, los 3 fundadores aseguran que su entorno de comodidad les impulsó a crear las ONG's.

Teniendo en cuenta el contexto en el que han nacido, tanto Santiago Herrero-Tejedor como Patricia Llamas afirman en sus entrevistas que utilizan las redes sociales y plataformas digitales para organizar voluntariados y atraer el apoyo de más personas, así como para innovar y dar una mayor visibilidad a los proyectos. Como consecuencia, es una generación que se encuentra rodeada de tecnología e individualismo y ambos factores incrementan el deseo de entregarse a los demás y crear un mundo mejor.

Respecto al acceso a beneficios fiscales y financiación, los 3 fundadores afirman que en un inicio no lo consideraban. Santiago Herrero-Tejedor afirma que “No fue parte de la ecuación pero ahora, para mantenernos, buscamos subvenciones y donaciones”. Asimismo, Patricia Llamas asegura que “No hemos podido acceder a muchos de los beneficios fiscales o ayudas financieras disponibles para otras entidades, ya que al ser una asociación sin ánimo de lucro, muchas veces no cumplimos con los requisitos necesarios”. Por último, Cristina Miralles estableció que “No consideré mucho el acceso a financiamiento y beneficios fiscales”.

4. Análisis comparativo

4.1. Identificación de patrones y diferencias

El análisis comparativo entre las distintas generaciones que fundan y gestionan ONGs revela varios patrones y diferencias clave. Utilizando las entrevistas y el trabajo proporcionado, podemos discernir cómo las motivaciones, enfoques y desafíos varían entre generaciones. A continuación, se encuentran resumidos en la siguiente tabla los aspectos principales, que desarrollaremos posteriormente.

Aspecto	Generación X	Generación Y (Millennials)	Generación z
Motivaciones principales	Experiencia personal y profesional, necesidad de abordar problemas específicos.	Deseo de trabajar en proyectos significativos, crisis como catalizadores.	Conciencia social, activismo digital, contrarrestar el individualismo.
Uso de tecnología	Uso moderado, más enfocados en soluciones prácticas.	Alta adopción de tecnología y redes sociales para gestionar y expandir ONGs	Uso intensivo de plataformas digitales para organización y visibilidad.
Valores y creencias	Pragmatismo, autonomía, escepticismo hacia instituciones tradicionales.	Inclusividad, diversidad, propósito en el trabajo.	Autenticidad, transparencia, deseo de contribuir significativamente.
Innovación	Enfoque en soluciones prácticas y directas.	Innovación tecnológica como herramienta clave.	Innovación a través de plataformas digitales y redes sociales.

Impacto del contexto sociocultural	Influencia de experiencias de vida y profesionales.	Influencia de crisis globales como la pandemia.	Entorno digitalizado y globalizado, alta exposición a problemas globales.
Enfoque en la gestión	Estructuras sólidas y sostenibles, business plan estratégico.	Gestión digital, uso de redes sociales para alcance y coordinación.	Gestión dinámica, uso de tecnologías modernas para movilización de recursos.
Desafíos enfrentados	Adaptación a cambios económicos y sociales, establecimiento de bases robustas.	Ampliación del alcance y el impacto, incorporación de tecnologías digitales.	Asumir riesgos y experimentar con nuevas formas de involucrar a la comunidad.

De este modo, Los fundadores de la Generación X suelen estar motivados por experiencias de vida significativas que les llevan a identificar problemas específicos en su entorno. Esta generación se caracteriza por un enfoque pragmático y realista, buscando soluciones prácticas y efectivas para problemas concretos. A diferencia de generaciones más jóvenes, los fundadores de la Generación X tienden a ser menos idealistas y más escépticos hacia las instituciones tradicionales. Esto se traduce en una preferencia por crear estructuras sólidas y sostenibles que puedan ofrecer soluciones inmediatas y tangibles. Esta pragmática se refleja en sus ONGs, que a menudo abordan problemas específicos con estrategias bien planificadas y ejecutadas. La autonomía y la

resiliencia son características destacadas en esta generación. Los fundadores tienden a valorar la independencia y a construir ONGs que puedan operar de manera autónoma y sostenible. La resiliencia ante los cambios económicos y sociales también es un rasgo notable, permitiéndoles adaptarse y perseverar en sus objetivos a pesar de los desafíos.

Por otro lado, los *Millennials* son conocidos por su adopción rápida y eficaz de tecnologías digitales. Las redes sociales y otras plataformas digitales son herramientas clave para llegar a un público más amplio y coordinar actividades. Esta generación muestra un fuerte compromiso con causas globales, por lo que la motivación para fundar ONGs a menudo surge de la necesidad de abordar estos problemas a gran escala, utilizando la innovación y la tecnología para desarrollar soluciones sostenibles y efectivas. Los *Millennials* buscan encontrar un propósito significativo en su trabajo, lo que se refleja en la misión de sus ONGs. Están motivados por la idea de que su trabajo puede tener un impacto positivo en el mundo, y esto los impulsa a crear organizaciones que no solo aborden problemas inmediatos sino que también promuevan un cambio a largo plazo.

De otro modo, la Generación Z ha crecido en un entorno completamente digital, y esto se refleja en su enfoque, utilizando intensivamente las redes sociales y otras plataformas en línea para organizar voluntariados, atraer apoyo y visibilizar sus proyectos. Este uso de la tecnología permite una mayor flexibilidad y una conexión más directa. Esta generación muestra una fuerte conciencia social desde una edad temprana, impulsada por la exposición a problemas globales a través de medios digitales. Su motivación para fundar ONGs está profundamente arraigada en un deseo de contrarrestar el individualismo creciente y de contribuir significativamente a la sociedad. Buscan crear un impacto positivo y tangible en sus comunidades y más allá. La Generación Z no solo utiliza la tecnología para comunicación y organización, sino que también innova en la manera de gestionar y movilizar recursos. Están dispuestos a asumir riesgos y experimentar con nuevas formas de involucrar a la comunidad, lo que puede llevar a una mayor innovación y adaptabilidad en sus organizaciones. Su enfoque fresco y dinámico aporta una nueva perspectiva a la gestión de ONGs.

4.2. Impacto en la gestión y el éxito de las ONGs

Así, cada generación aporta perspectivas únicas que influyen en la gestión y el éxito de las ONGs. La Generación X, con su enfoque en la creación de estructuras sólidas y sostenibles y su pragmatismo, permite que sus ONGs tengan bases robustas y puedan adaptarse a los cambios. Su experiencia personal y profesional proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

La Generación Y (Millennials) ha transformado la manera en que se gestionan las ONGs incorporando tecnologías digitales y enfoques innovadores. Su compromiso con causas globales y su deseo de encontrar un propósito significativo en el trabajo impulsa sus organizaciones a alcanzar un impacto más amplio y profundo.

La Generación Z, con su familiaridad innata con las tecnologías digitales y su inclinación hacia el activismo digital, aporta un enfoque fresco y dinámico a la gestión de ONGs. Su capacidad para movilizar recursos y concienciar sobre sus causas a través de plataformas en línea permite una mayor innovación y adaptabilidad.

En resumen, la colaboración intergeneracional, que aprovecha las fortalezas de cada grupo, es clave para potenciar aún más el impacto y la sostenibilidad de las ONGs. La combinación de experiencia, pragmatismo, innovación y adaptabilidad crea un entorno propicio para abordar una amplia gama de problemas sociales y ambientales

5. Conclusiones

En el presente trabajo de fin de grado se ha llevado a cabo un análisis comparativo de las motivaciones generacionales para la creación de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), centrado en tres generaciones: Generación X, *Millennials* (Generación Y) y Generación Z. A través de la investigación y las entrevistas realizadas, se han identificado patrones y diferencias significativas que influyen en las motivaciones, enfoques y gestión de las ONGs fundadas por miembros de estas generaciones.

Las motivaciones para fundar ONGs varían notablemente entre generaciones, influenciadas por el contexto histórico, social y tecnológico en el que cada una ha crecido. La Generación X, nacida entre 1965 y 1980, muestra un enfoque pragmático y una fuerte inclinación hacia la autonomía y la eficiencia en la resolución de problemas específicos. Sus motivaciones se centran en la experiencia personal y profesional, con un deseo de abordar problemas locales y comunitarios de manera directa y efectiva. Esta generación, marcada por eventos históricos como la recesión económica de los años 80 y el auge de la tecnología informática, ha desarrollado una notable capacidad de adaptación y resiliencia.

Los fundadores de la Generación X tienden a crear ONGs con estructuras sólidas y sostenibles, adaptadas para enfrentar cambios económicos y sociales, con un enfoque en la resiliencia y la independencia operativa. Ejemplos claros de esta tendencia se encuentran en organizaciones que abordan problemas específicos y tangibles, como la atención paliativa, la asistencia a madres en situación de calle, y la acogida de jóvenes afectados por catástrofes. Estas ONGs suelen tener una planificación estratégica bien definida y buscan soluciones prácticas que puedan ser implementadas de manera eficaz y sostenible a largo plazo.

Por otro lado, los *Millennials*, nacidos entre 1981 y 1996, se caracterizan por su adopción rápida y eficaz de tecnologías digitales y su fuerte compromiso con causas globales. Esta generación ha crecido en un mundo cada vez más interconectado gracias a Internet y las redes sociales, lo que les permite tener una visión global de los problemas y una mayor capacidad para movilizar recursos y personas a través de plataformas digitales. Los *Millennials* buscan encontrar un propósito significativo en su

trabajo y están motivados por la inclusividad, la diversidad y la sostenibilidad ambiental. Las ONGs fundadas por *Millennials* tienden a utilizar las tecnologías digitales no solo para coordinar y expandir sus actividades, sino también para llegar a un público más amplio y generar un impacto a gran escala. La innovación y la creatividad son elementos clave en su enfoque, permitiendo que estas ONGs se adapten rápidamente a los cambios y desafíos emergentes. Por ejemplo, organizaciones que surgieron en respuesta a crisis globales, como la pandemia de COVID-19, han demostrado una capacidad notable para innovar y proporcionar soluciones efectivas en momentos de necesidad crítica. Estas ONGs suelen enfocarse en problemas como el cambio climático, los derechos humanos y la justicia social, utilizando plataformas digitales para crear conciencia y movilizar apoyo a nivel global.

La Generación Z, que comprende a aquellos nacidos entre 1997 y 2012, ha crecido en un entorno completamente digital y muestra una fuerte conciencia social y un deseo de activismo. Esta generación utiliza intensivamente las redes sociales y otras plataformas en línea para organizar voluntariados, atraer apoyo y visibilizar sus proyectos. La motivación de la Generación Z para fundar ONGs está profundamente arraigada en un deseo de contrarrestar el individualismo creciente y de contribuir significativamente a la sociedad.

Los miembros de la Generación Z están dispuestos a asumir riesgos y experimentar con nuevas formas de involucrar a la comunidad, lo que lleva a una mayor innovación y adaptabilidad en sus organizaciones. Esta generación, que ha estado expuesta a problemas globales desde una edad temprana a través de los medios digitales, se siente profundamente conectada con causas como la justicia social, el cambio climático y la salud mental. Las ONGs fundadas por la Generación Z tienden a ser muy dinámicas y ágiles, utilizando la tecnología no solo para la comunicación y organización, sino también para la gestión y movilización de recursos de manera eficiente.

Cada generación aporta perspectivas únicas que influyen en la gestión y el éxito de las ONGs. La Generación X, con su enfoque en la creación de estructuras sólidas y sostenibles, permite que sus ONGs tengan bases robustas y puedan adaptarse a los cambios. Su experiencia personal y profesional proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, y su pragmatismo y escepticismo hacia las instituciones tradicionales les lleva a buscar soluciones prácticas y efectivas.

La Generación Y (*Millennials*), al incorporar tecnologías digitales y enfoques innovadores, transforma la manera en que se gestionan las ONGs, alcanzando un impacto más amplio y profundo gracias a su compromiso con causas globales y su deseo de encontrar un propósito significativo en su trabajo. Esta generación utiliza la tecnología no solo como una herramienta de gestión, sino también como un medio para promover la transparencia y la participación inclusiva en sus organizaciones.

La Generación Z, con su familiaridad innata con las tecnologías digitales y su inclinación hacia el activismo digital, aporta un enfoque fresco y dinámico a la gestión de ONGs, permitiendo una mayor innovación y adaptabilidad. Su capacidad para movilizar recursos y concienciar sobre sus causas a través de plataformas en línea permite que estas ONGs sean altamente efectivas en la creación de campañas de sensibilización y en la obtención de apoyo tanto financiero como de voluntariado.

La colaboración intergeneracional que aprovecha las fortalezas de cada grupo es clave para potenciar aún más el impacto y la sostenibilidad de las ONGs. La combinación de experiencia, pragmatismo, innovación y adaptabilidad crea un entorno propicio para abordar una amplia gama de problemas sociales y ambientales. Las ONGs que logran integrar y coordinar los diferentes enfoques y habilidades de las diversas generaciones pueden beneficiarse enormemente, mejorando su capacidad para enfrentar los desafíos globales y generar un cambio positivo en la sociedad.

En conclusión, las diferencias generacionales en valores, motivaciones y enfoques no solo moldean la fundación y gestión de las ONGs, sino que también enriquecen el sector no gubernamental mediante la diversificación de estrategias y áreas de impacto. La interacción y colaboración de las generaciones dentro del ámbito de las ONGs potencian la efectividad y sostenibilidad de estas iniciativas, aprovechando la experiencia de las generaciones mayores y la energía y habilidades de las más jóvenes. Este enfoque intergeneracional no solo es posible, sino que es esencial para la innovación y el progreso en el ámbito de la acción social y humanitaria, permitiendo que las ONGs respondan de manera más efectiva a los desafíos globales y contribuyan a la construcción de una sociedad más equitativa y justa. Así, este estudio destaca la importancia de reconocer y valorar las diferencias generacionales como una fuente de fortaleza y diversidad para las ONGs. Al fomentar la colaboración y el entendimiento mutuo entre generaciones, las ONGs pueden no solo sobrevivir, sino prosperar en un

mundo en constante cambio, aprovechando al máximo el potencial de cada generación para crear un impacto duradero y positivo en la sociedad. Este enfoque inclusivo y colaborativo es fundamental para abordar los complejos desafíos globales que enfrentamos hoy en día y para construir un futuro más sostenible y justo para todos.

6. Bibliografía

Acciona People. (2020). Generation X: How Do They Like Their Work-Life Balance In Order To Meet Their Objectives? (Disponible En https://People.Acciona.Com/Diversity-And-Inclusion/Generation-X-Work-Life/?_Adin=11551547647; Última Consulta En 27/3/2024).

Aikat, D. (2019). Millennials Usher A Post-Digital Era: Theorizing How Generation Y Engages With Digital Media. (Disponible En <https://Www.Emerald.Com/Insight/Content/Doi/10.1108/S2050-206020190000019002/Full/Html>; Última Consulta En 28/3/2024).

Anheier, H. et al. (2002). Organizational Forms of Global Civil Society: Implications of Going Global. (Disponible en https://www.researchgate.net/publication/313051358_Organizational_Forms_of_Global_Civil_Society_Implications_of_Going_Global; última consulta en 2/6/2024).

Bailley E., Owens, C. (2020) Unlocking The Benefits Of The Multigenerational Workplace. (Disponible En https://www.harvardbusiness.org/wp-content/uploads/2020/08/Unlocking-the-Benefits-of-Multigenerational-Workforces_Aug-2020.pdf; Última Consulta En 1/4/2024).

Barnes And Noble College. (2019). Getting To Know Gen Z: Exploring A New Generation's Expectations For Higher Education. Barnes And Noble College Insights. (Disponible En <https://Www.Bncollege.Com/Wp-Content/Uploads/2018/09/Gen-Z-Report.Pdf>; Última Consulta En 29/3/2024).

Barros, M., Franco, M.F. (2011). La Reforma Del Estado Brasileño Y El Papel De Las Organizaciones No Gubernamentales: De La Tecnoburocracia A La Tecnogerencia.. (Disponible En https://www.semanticscholar.org/paper/La-Reforma-Del-Estado-Brasile%C3%B1o-Y-El-Papel-De-Las-A-Barros-Franco/B8254138e91053458b01a1221afda9bcd170b01a?utm_source=direct_link; Última Consulta En 27/12/2023).

Biekart, K., & Fowler, A. (Eds.). (1997). The Encyclopedia Of Civil Society. Routledge. (Disponible En <https://doi.org/10.1007/978-0-387-93996-4>; Última Consulta En 27/12/2023).

Clarke, G. (2001). Faith-Based Non-Governmental Organisations In Development: Mapping The Field. World Bank. (Disponible En <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199684229.003.0010>; Última Consulta En 27/12/2023).

Cloquell Lozano, A., Lacomba Vázquez, J. (2022). Las Organizaciones No Gubernamentales De Desarrollo En España. Una Nueva Radiografía Sobre Su Perfil Y Tipología En El Contexto Del Tercer Sector. *Revista Internacional De Sociología*, 80(1), E203. (Disponible En <https://doi.org/10.3989/Ris.2022.80.1.20.155>; Última Consulta En 10/2/2024).

De Anca, C. (2023). Better Together: Intergenerational Collaboration. (Disponible En <https://www.ie.edu/insights/articles/better-together-intergenerational-collaboration/>; Última Consulta En 1/4/2024).

De Sousa Santos, B. (2005). Toward A New Legal Common Sense: Law, Globalization, And Emancipation. 2nd Ed. Butterworths. (Disponible En <https://www.jstor.org/stable/24497702>; Última Consulta En 27/12/2023).

Deloitte Insights. (2021). Understanding Generation Z In The Workplace: Key Facts And Statistics. Deloitte. (Disponible En

<https://Www2.Deloitte.Com/Us/En/Pages/Consumer-Business/Articles/Understanding-Generation-Z-In-The-Workplace.Html>; Última Consulta En 29/3/2024).

Deloitte. (2023). Gen Z And Millennial Survey 2023. Deloitte Insights. (Disponible En https://Www2.Deloitte.Com/Content/Dam/Insights/Articles/Glob175807_Global-Millennial---Gen-Z-Survey/Deloitte_Global_2023_Gen_Z_Millennial_Survey.Pdf#:~:Text=URL%3A%20https%3A%2F%2Fwww2.Deloitte.Com%2Fcontent%2Fdam%2Finsights%2Farticles%2Fglob175807_Global; Última Consulta En 28/3/2024).

Department Of Didactics And School Organization, University Of Granada, Department Of Teaching And Learning And Educational Organization, University Of Barcelona, & Department Of Applied Pedagogy, University Autónoma De Barcelona. (2023). El Aprendizaje Intergeneracional Y Su Impacto En La Mejora De Los Procesos Educativos. *Education Sciences*. (Disponible En <https://www.mdpi.com/2227-7102/13/10/1019>; Última Consulta En 1/4/2024).

Dimock, M. (2019). Defining Generations: Where Millennials And Generation Z Begins. (Disponible En <https://Www.Pewresearch.Org/Short-Reads/2019/01/17/Where-Millennials-End-And-Generation-Z-Begins/>; Última Consulta En 29/3/2024).

Edwards, M. y Hulme, D. (2002). NGO Performance and Accountability: Introduction and Overview. (Disponible en <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jid.3380070604>; última consulta en 2/6/2024).

Edwards, M., Hulme, D. (2002). NGO Performance And Accountability: Introduction And Overview. In M. Edwards & D. Hulme (Eds.), *The Earthscan Reader On NGO Management* (Pp. 1-18). *Earthscan Publications Ltd*. (Disponible En: <https://Doi.Org/10.1002/Jid.3380070604>; Última Consulta En 27/12/2023).

Enriquez, M. (2021). How Millennials Are Spending On Wellness To Look And Feel Good. (Disponible En

<https://www.channelnewsasia.com/business/millennials-are-spending-on-wellness-to-look-and-feel-good-220441>; Última Consulta En 28/3/2024).

Freedman, M. (2023). All Generations Seek Work-Life Balance Above All Else. (Disponible En <https://www.businessnewsdaily.com/2278-generational-employee-differences.html>); Última Consulta En 28/3/2024).

Fry, R., Parker, K. (2018). Early Benchmarks Show “Post-Millennials” On Track To Be The Most Diverse, Best-Educated Generation Ever. (Disponible <https://www.pewresearch.org/social-trends/2018/11/15/early-benchmarks-show-post-millennials-on-track-to-be-most-diverse-best-educated-generation-yet/>); Última Consulta En 29/3/2024).

Gao, G., Taylor, P. (2014). Generation X: America’s Neglected “Middle Child”. Pew Research Center. (Disponible En <https://www.pewresearch.org/short-reads/2014/06/05/generation-x-americas-neglected-middle-child/>); Última Consulta En 27/3/2024).

Gerente De Comunicación Institucional Y Marketing De Consultores De Empresas. (2015). La Importancia De Los Valores En Las Organizaciones. Comercio Y Justicia. (Disponible En <https://comercioyjusticia.info/opinion/la-importancia-de-los-valores-en-las-organizaciones/>); Última Consulta En 1/5/2024).

Give Young. (2023). The Rise Of Gen Z Volunteering: Empowering A Generation To Make A Difference. (Disponible En <https://giveyoung.org/the-rise-of-gen-z-volunteering-empowering-a-generation-to-make-a-difference/>); Última Consulta En 29/3/2024).

Iheduru, O. (2006). Civil Society And The Voluntary Sector In Nigeria: Towards A Framework For Analysis. Journal Of Civil Society. (Disponible En https://www.researchgate.net/publication/281275539_THE_ROLE_OF_CIVIL_SOC

IETY ORGANISATIONS IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN NIGERIA;

Última Consulta En 20/2/2024).

Jansen, N. (1974). Definition Of Generation And Sociological Theory. *Social Science*, 49 (2), 90-98. (Disponible En <https://www.jstor.org/stable/41959796>; Última Consulta En 20/2/2024).

Kudos. (2019). Here's Why Millennials Want More Diverse Workplaces. (Disponible En <https://www.kudos.com/blog/heres-why-millennials-want-more-diverse-workplaces>; Última Consulta En 28/3/2024).

Lowell, V., Morris, J. (2019). Multigenerational Classrooms In Higher Education: Equity And Learning With Technology. *Emerald Insight*. (Disponible En <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJILT-06-2018-0068/full/html>; Última Consulta En 1/4/2024).

Martell, C., Cadena, C., Jae Moon, M. (2013). Estudios Comparativos Basados En La Comunidad De Organizaciones No Lucrativas Que Prestan Servicio Social En Estados Unidos Y México: Dos Caminos Diferentes. *Estudios Políticos*. (Disponible En <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2005.6.37664>; Última Consulta En 10/2/2024).

Marulanda, F. A., Montoya, I. A., Vélez, J. M. (2019). El Individuo Y Sus Motivaciones En El Proceso Emprendedor. *Universidad & Empresa*, Vol. 21, Núm. 36, Pp. 149-174. Universidad Del Rosario. (Disponible En <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>; Última Consulta En 1/5/2024).

Mckenna, A. (2024). Generation X. (Disponible En <https://www.britannica.com/topic/generation-x>; Última Consulta En 27/3/2024).

Mckinsey & Company. (2020). Meet Generation Z: Shaping The Future Of Shopping, (Disponible En

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/meet-generation-z-shaping-the-future-of-shopping>; Última Consulta En 29/3/2024).

Mckinsey & Company. (2022). Addressing The Unprecedented Behavioral-Health Challenges Facing Generation Z. (Disponible En <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare/our-insights/addressing-the-unprecedented-behavioral-health-challenges-facing-generation-z>); Última Consulta En 29/3/2024).

Media Culture. (2023). Understanding Gen X's Unique Position In The Digital Transformation. (Disponible En <https://www.mediaculture.com/insights/digitally-savvy-generation-how-gen-x-embraces-technology>); Última Consulta En 27/3/2024).

Meyer, D. S., & Minkoff, D. C. (2004). Conceptualizing Political Opportunity. *Social Forces*, 82(4), 1457-1492. (Disponible En <https://doi.org/10.1353/sof.2004.0082>); Última Consulta En 27/12/2023).

Murphy, M. (2018). *The Unbridled Optimism Of Millennials*. Bentley University. (Disponible En <https://www.bentley.edu/news/nowuknow-unbridled-optimism-millennials>); Última Consulta En 28/3/2024).

Nermoe, K. (2022). Millennials: The “Wellness Generation”. Sanford Health. (Disponible En <https://news.sanfordhealth.org/sanford-health-plan/millennials-wellness-generation/>); Última Consulta En 28/3/2024).

Peña, C.B. (2024). La Creación De Una ONG Como Experiencia De Emprendimiento: Análisis De Un Caso En Colombia. *Athenea Digital*, 24(1). (Disponible En <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3332>); Última Consulta En 10/2/2024).

Pérez Ortega, G. (2011). Las organizaciones no gubernamentales –ONG–: hacia la construcción de su significado. (Disponible en

file:///Users/mac/Downloads/ensayos_med.+ede_38_08_perez_arango_sepulveda.pdf;
última consulta en 2/6/2024).

Pew Research Center. (2015). The Whys And Hows Of Generations Research. Pew Research Center. (Disponible En <https://www.pewresearch.org/politics/2015/09/03/the-whys-and-hows-of-generations-research/>; Última Consulta En 1/4/2024).

Rodríguez, B.D., García, C.B., Gómez, G. (2023). Las Organizaciones No Gubernamentales De Cooperación Internacional En España Y Su Rol En Proyectos De Innovación Frugal. *European Public & Social Innovation Review*. (Disponible En https://www.semanticscholar.org/paper/Las-Organizaciones-No-Gubernamentales-de-en-Espa%C3%B1a-Rodr%C3%ADguez-Garc%C3%ADa/c12e6202d35c780fbbe0858488eff000383bd554?utm_source=direct_link; Última Consulta 27/12/2023).

Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1998). Social Origins Of Civil Society: Explaining The Nonprofit Sector Cross-Nationally. *Voluntas: International Journal Of Voluntary And Nonprofit Organizations*, 9(3), 213-248. (Disponible En <http://www.jstor.org/stable/27927612>; Última Consulta En 27/12/2023).

Sen, A. (2009). *The Idea Of Justice*. Harvard University Press. (Disponible En <https://www.jstor.org/stable/41410206>; Última Consulta En 27/12/2023).

Shibli, R. (2023). How Millennials And Gen Z Are Changing Entrepreneurship. (Disponible En <https://www.namecheap.com/blog/how-millennials-and-gen-z-are-changing-entrepreneurship/>; Última Consulta En 28/3/2024).

Tanner, R. (2024). 15 Influential Events That Shaped Generatin X. (Disponible En <https://managementisajourney.com/fascinating-numbers-15-influential-events-that-shaped-generation-x/>; Última Consulta En 27/3/2024).

Taylor, C. (1992). *Multiculturalism And "The Politics Of Recognition"*. Princeton University Press. (Disponible En

https://books.google.es/books/about/Multiculturalism_and_The_Politics_of_Rec.html?id=CvoBjwEACAAJ&redir_esc=y; Última Consulta En 27/12/2023).

Taylor, P., & Keeter, S. (2010). Millennials: Confident. Connected. Open To Change. Pew Research Center. (Disponible En <https://eric.ed.gov/?id=ED575464>; Última Consulta En 28/3/2024).

Wood, J. (2022). La Generación Z Está Preocupada Por La Sostenibilidad, Y Está Empezando A Hacer Que Los Demás Sientan Lo Mismo. (Disponible En <https://es.weforum.org/agenda/2022/03/la-generacion-z-esta-preocupada-por-la-sostenibilidad-y-esta-empezando-a-hacer-que-los-demas-sientan-lo-mismo/>; Última Consulta En 29/3/2024).

World Health Organization. (2023). Connecting Generations: Planning And Implementing Interventions For Intergenerational Contact. World Health Organization. (Disponible En <https://www.who.int/publications/i/item/9789240070264>; Última Consulta En 1/4/2024).

Zainal Abiddin, N., Ibrahim, I., & Abdul Aziz, S. A. (2022). Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) Y Su Papel Hacia El Desarrollo Comunitario Sostenible. Sustainability. (Disponible En <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/8/4386>; Última Consulta En 2/5/2024).

7. Anexo

Para complementar el contenido de este trabajo de fin de grado, se ha creado un enlace a un documento en OneDrive donde se podrán encontrar todas las entrevistas realizadas durante la investigación, así como los guiones utilizados para las mismas. Este recurso adicional está disponible para aquellos que deseen profundizar en los datos cualitativos recopilados y revisar el proceso metodológico empleado. A continuación, se proporciona el enlace para acceder a los documentos mencionados.

[Anexo - Trabajo De Fin de Grado, García Solé, G.docx](#)

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, [Nombre completo del estudiante], estudiante de [nombre del título] de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Motivos Generacionales Para la Creación de Organizaciones NO Gubernamentales: Un Estudio Comparativo", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
3. **Interpretador de código:** Para realizar análisis de datos preliminares.
4. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 03/06/2024

Firma: Gabriela García Solé.