

La plataforma, convertida en un fenómeno social, celebra el éxito de algunas iniciativas recientes que usuarios españoles han impulsado a través de su página web.

The screenshot shows the Change.org homepage. At the top, the logo 'change.org' is in red. To its right are links: 'Inicia una petición' (with a document icon), 'Buscar' (with a list icon), and a search bar with a magnifying glass icon and the word 'Buscar'. Below the header, a large banner features a world map background. The main text reads 'La mayor plataforma de peticiones del mundo' in large black font. Below it, in smaller blue text, it says '54.671.850 personas han pasado a la acción. Victorias cada día.' On the right side of the banner, there is a red button that says 'Inicia una petición'. Below the banner, there is a section titled 'VICTORIA' in a red box. It features a video thumbnail showing a woman with blonde hair, Isabel De la Fuente, speaking into microphones. To the right of the video, the text reads 'Que la tragedia del Madrid Arena no vuelva a repetir'. Below this, it says 'Isabel logra cambiar la Ley de Espectáculos para evitar otro Madrid Arena.' followed by a link 'Más'. Below the video and text, there is a row of statistics: a profile picture of Isabel De la Fuente, her name 'Isabel De la Fuente', her location 'Madrid, España', a red upward arrow icon followed by '428.739', the word 'Firmantes', and a small icon followed by 'Recogida en ABC'. Below this row, there is a horizontal scroll of six small thumbnail images, each with a caption below it. The first thumbnail is the same as the main video thumbnail. The other thumbnails show various people and scenes, including a person in a wheelchair, an older man, a woman smiling, a woman holding a baby, and a person in a white shirt.

(Redacción, 19/112/2013) Su protagonismo y aceptación crece en España a través de las redes sociales. Con **40 millones de usuarios en 196 países**, son cada vez más los españoles que publican en [Change.org](https://change.org) una petición de firmas por alguna causa social. Algunas logran sus objetivos, obteniendo una gran repercusión mediática y consiguiendo los fines propuestos.

He aquí algunas de ellas...

Tras la tragedia del Madrid Arena, Isabel se preguntaba cómo era posible que **la empresa que organizó la fiesta en la que murió su hija fuera a organizar otra fiesta en Fin de Año**. Por eso, a través de Change.org pedía firmas para reformar la Ley de Espectáculos de la Comunidad de Madrid. Su petición recibió más de 430.000 firmas y el presidente de la Comunidad, Ignacio González, se comprometió a presentar una propuesta que recogiera esas demandas.

Además, en los últimos meses, la mayoría de las comunidades autónomas **han retirado becas para comedor y libros de texto por la crisis económica**

. Una noche de agosto de 2012, el enfado por estas medidas llevó a Elena Alfaro a pensar en alternativas a las subvenciones para hacer que esta carga económica fuera menor para las familias. Por eso creo la petición en Change.org. Más de un año después,

[alcanza las 300.000 firmas](#)

y la polémica ley Wert, aprobada el pasado mes de noviembre, atiende a su petición: que el Gobierno y las CCAA legislen para lograr

sistemas de préstamo gratuito de libros de texto en todos los centros públicos y concertados.

También más de 174.000 personas quisieron apoyar a Juana Vacas, una mujer de 74 años que estuvo **a punto de perder su casa al heredar las deudas del hombre que asesinó a su hija**

. Al fin se hizo justicia y quedó anulada la aceptación de la herencia por vicio en el consentimiento. Todavía la sentencia no es firme pero se espera que ninguna parte la recurra.

En el caso de Antonio y Lola eran ellos los que estaban en la cárcel. **Él en Marruecos y ella en Bolivia. Él padecía una enfermedad crónica y ella, cáncer**

. Las firmas que recabó la plataforma en ambos casos fueron enviadas al ministerio de Asuntos Exteriores y los dos han podido regresar a España y recibir el tratamiento que necesitan.

Escrito por ACTUALIDAD EVANGÉLICA
Jueves, 19 de Diciembre de 2013 17:25

Luis es un niño de tres años que padece una enfermedad rara. Sanitas retiró la atención temprana que recibía y más de 110.000 personas firmaron para que eso cambiase y **Sanitas acabó convocando una reunión de cargos directivos** con carácter de máxima urgencia para solucionar el tema y que Luis siguiera siendo atendido.

Los casos de Isabel, Juana, Antonio, Lola y Luis son sólo cinco pero detrás de ellos hay miles de nombres que, precisamente sólo con eso, con su nombre, **han demostrado que sí se puede.**

UNA EMPRESA QUE BUSCA EL BIEN SOCIAL

Change.org es una empresa estadounidense con **un modelo de negocio particular, orientado al bien social**

.

“Como muchas empresas, Change.org tiene un modelo de negocio que nos permite crecer rápido y ser económicamente sostenibles, facilitando a decenas de millones de personas una plataforma gratuita para generar cambios. Pero a diferencia de muchas empresas, nuestro negocio es el bien social”, explican. “Change.org está completamente centrada en nuestra misión de *empoderamiento* [\[1\]](#) y estamos reinvertiendo todos nuestros beneficios en servir mejor a nuestros usuarios. Este enfoque hacia la misión en lugar de hacia los beneficios es la razón por la que nuestro nombre acaba en ‘.org’ en lugar de ‘.com’.”

Sin duda una iniciativa original que ha llegado para quedarse...

Fuente: Cadena SER, Change.org | Redacción: Actualidad Evangélica