

RESULTADOS DE LA ENCUESTA SOBRE COMUNICACIÓN DE MÉDICOS DEL MUNDO ANDALUCÍA

Explicación: Desde el Grupos de Comunicación de Médicos del Mundo Andalucía se elaboró una encuesta con el objeto de enviarla a la base social de la entidad y conocer qué sabían las personas sobre comunicación de MDM-A y qué uso le daban.

Fecha de elaboración: desde el 10-07-2019 hasta el 19-07-2019.

Encuesta realizada a través de Google Form ya que es una herramienta muy sencilla, te ofrece una url que se puede enviar por correo electrónico y facilita estadísticas de resultados.

Realizado dos envíos de mailing: el lunes 10 y el miércoles 17 de julio. Además, se envió por whatsapp a los diferentes grupos disponibles.

Personas a las que se les ha enviado la encuesta (datos de mailchimp):

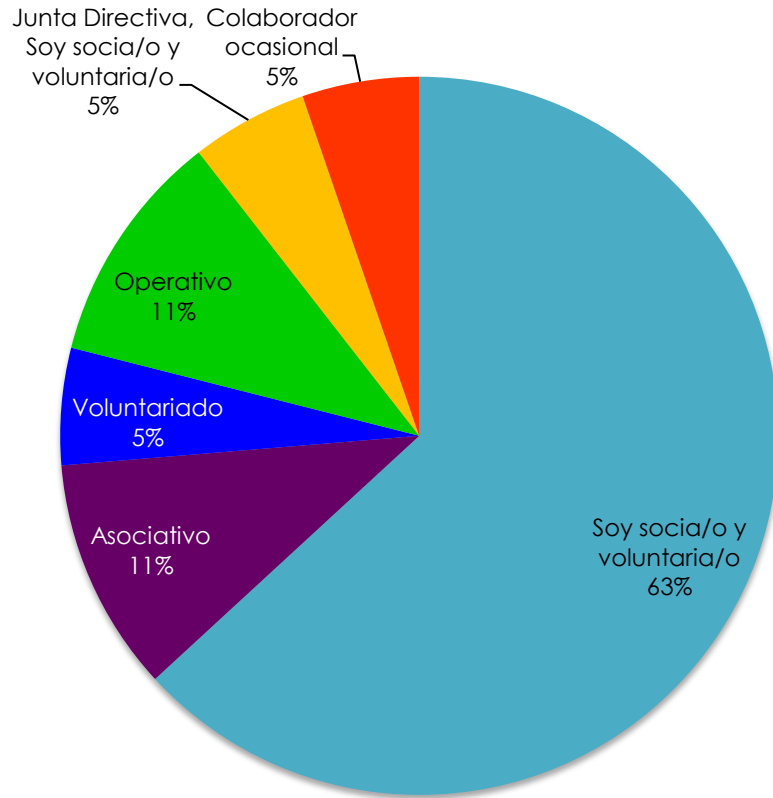
- 165 personas de asociativo
- 58 voluntariado no socio

En el primer envío hubo 70 aperturas del mail (una persona pudo abrirlo varias veces, por lo que no quiere decir que 70 personas leyeron el contenido) y 22 clicks dentro del mensaje. En el segundo envío hubo 58 aperturas y 15 clicks.

Total de participantes: 19 personas.

1ª Pregunta:

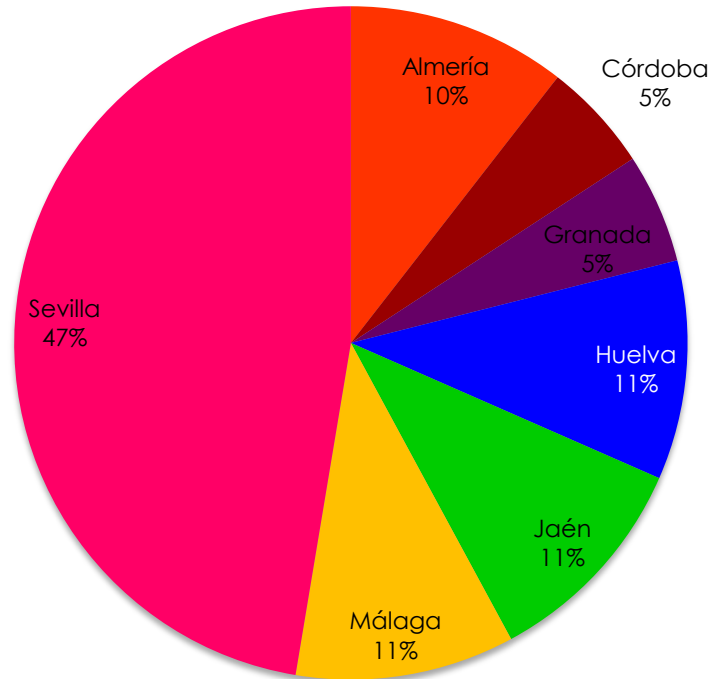
¿A qué grupo de la ONG perteneces? (se daba la opción de seleccionar varios ya que hay personas que pertenecen a diferentes colectivos). Resultados:



El principal grupo participante son personas que son tanto socias como voluntarias, seguido de operativo y voluntariado en igual porcentaje, y voluntariado, colaborador ocasional y junta directiva, asociativo y voluntariado.

2ª Pregunta:

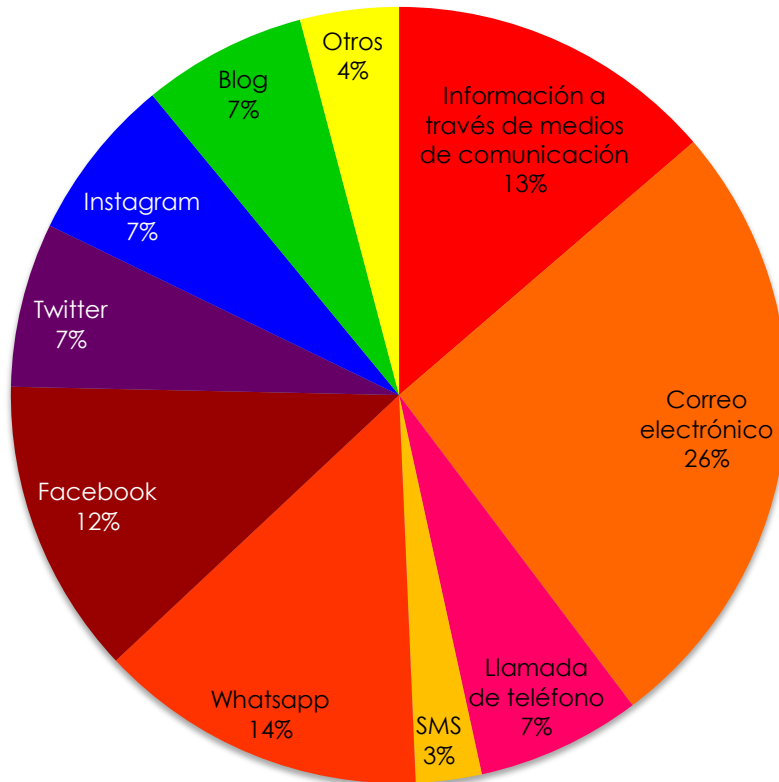
¿De qué ciudad eres? Resultados:



Casi la mitad de los participantes son de Sevilla, seguidos en casi igual medida por Huelva, Jaén, Málaga y Almería. Donde menos participantes ha habido es en Córdoba y Granada.

3ª Pregunta

¿Qué canales de comunicación que Médicos del Mundo haya utilizado para transmitir información conoces? (se daba la opción de seleccionar varios). Resultados:



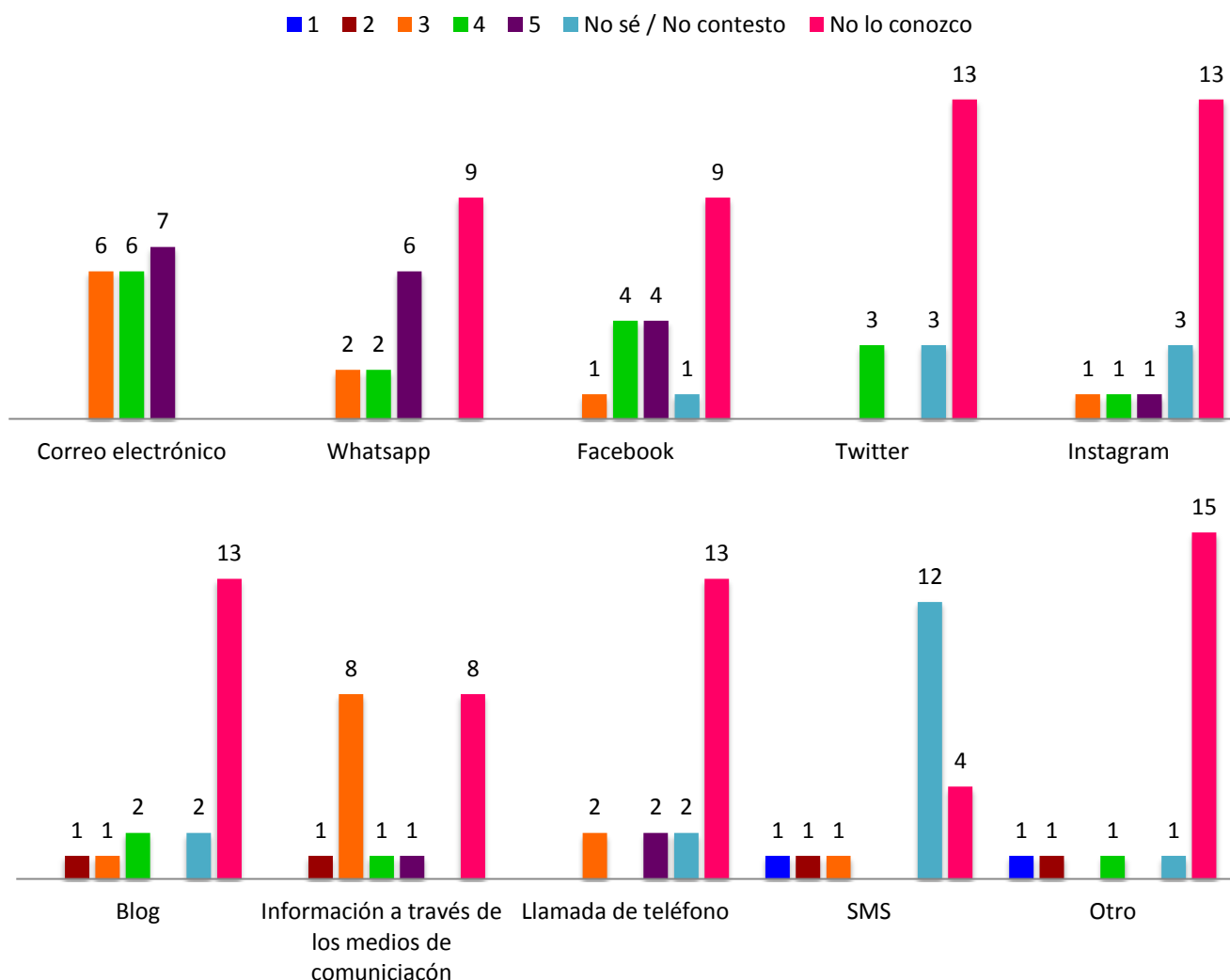
Se pueden agrupar los resultados en cuatro grupos que van del canal más conocido al menos:

- Correo electrónico
- Whatsapp, información a través de medios de comunicación y Facebook
- Instagram, Twitter, Blog y llamada de teléfono
- SMS

A los canales que más se conocen se les puede sacar más partido, incluso para difundir la información de que existen otros canales (los que menos se conocen)

4ª Pregunta

La cuarta pregunta solicitaba que de los canales marcados como conocidos, se señalase el grado de satisfacción con ellos en una escala del 1 (puntuación más baja) al 5 (puntuación más alta). Resultados:



Destaca el gran desconocimiento general de los medios de comunicación de MDM-A, excepto del correo electrónico.

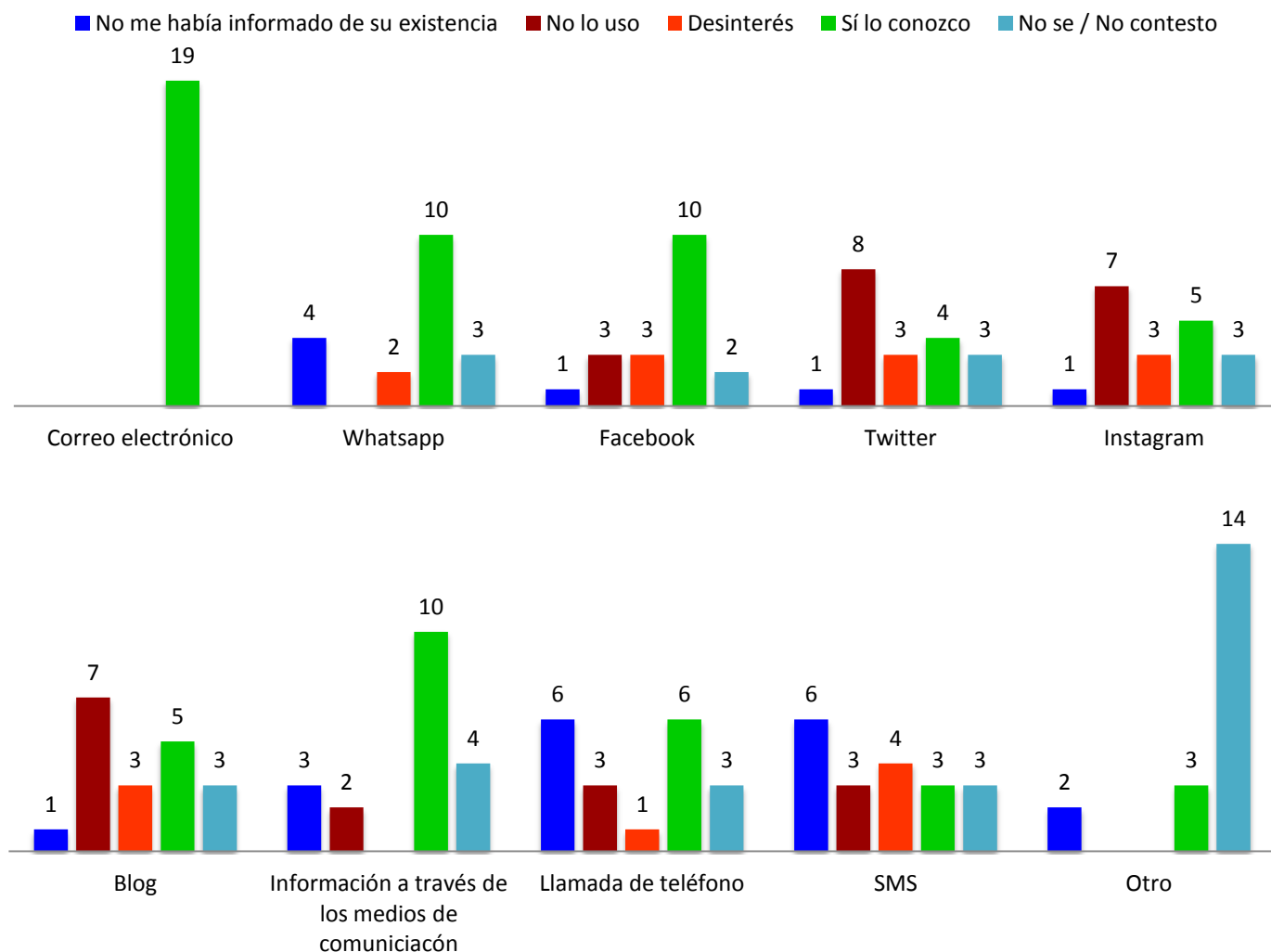
En general, el grado de satisfacción suele ser de 3 a 5 (máxima puntuación). Los canales que más alcanzan el 5 son el correo electrónico, el whatsapp y facebook.

Los canales que han obtenido algún 1 o 2 (puntuaciones mínimas) son: el blog, la información ofrecida a través de los medios de comunicación y el SMS.

Si nos centramos solamente en las puntuaciones del 1 al 5 (excluyendo “No sé / No contesto” y “No lo conozco”), los canales con una media de más satisfacción son: correo electrónico, información a través de los medios de comunicación, whatsapp y facebook. Los que menos satisfacen a las y los encuestados son: SMS, Twitter e Instagram.

5ª Pregunta

Se solicitaba que se señalase, de los canales que no se conocían de la pregunta tres, el motivo de desconocimiento. Resultados:

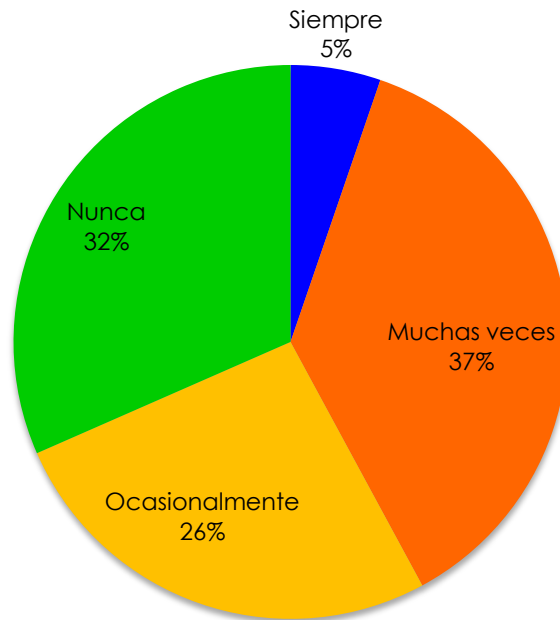


El principal motivo de desconocimiento suele ser el no usar esos canales.

Destaca una razón que se puede solucionar. En varias ocasiones se ha señalado que el motivo del desconocimiento es el no saber la existencia de ese canal. Para solucionarlo se puede utilizar un canal conocido para mandar un mensaje sobre que existe una cuenta de twitter o instagram, por ejemplo.

6ª Pregunta

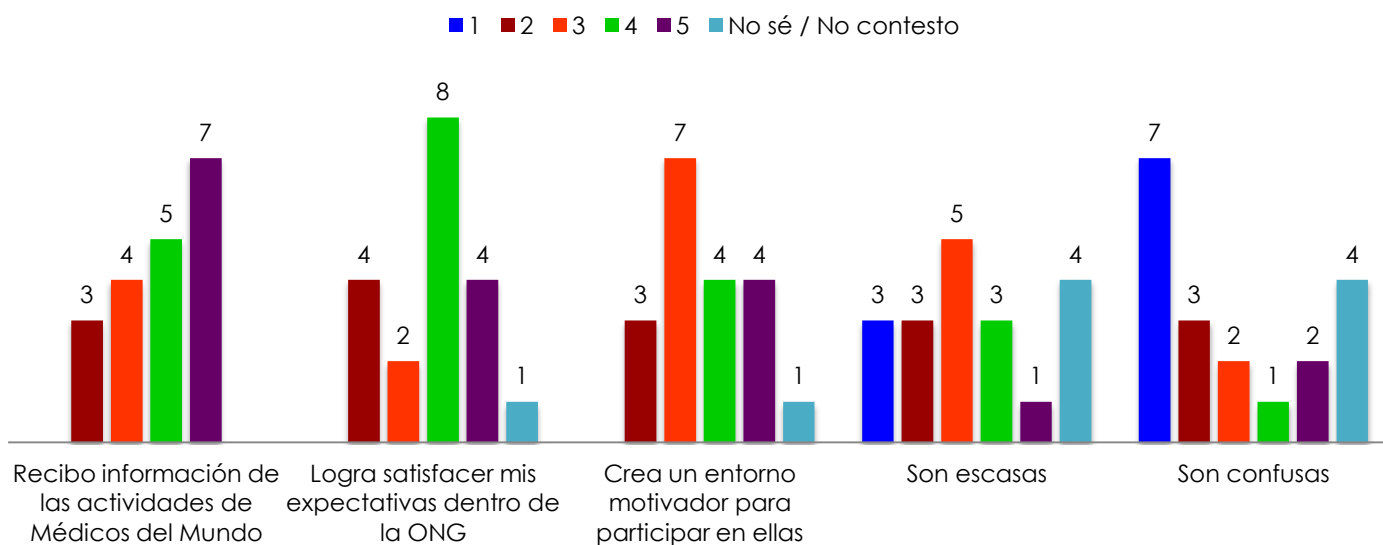
La sexta pregunta estaba encaminada a saber con qué frecuencia la información relevante llega por medios "informales" (como el boca a boca), en lugar de por los canales anteriores (formales). Resultados:



Es decir, el 42 % de las veces (siempre + muchas veces) la comunicación llega por canales informales; mientras que el 58 % de las veces (nunca + ocasionalmente) suele llegar por canales formales.

7ª Pregunta

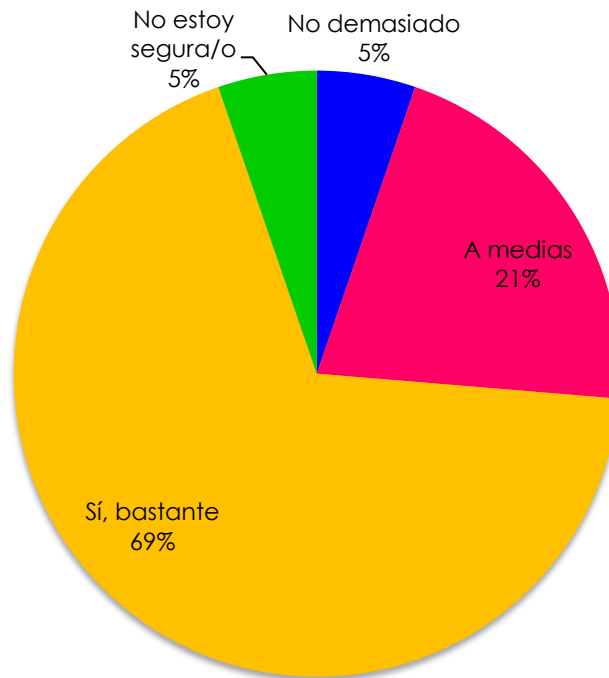
A nivel de comunicación de las actividades y eventos que hace Médicos del Mundo Andalucía, se pedía que se indicase del 1 al 5 (siendo 1 la mínima y 5 la máxima) el grado de acuerdo con las siguientes cuestiones: Recibo información de las actividades de Médicos del Mundo, las comunicaciones crean un entorno motivador para participar en las actividades, son escasas y son confusas. Resultados:



Los resultados dan una buena imagen de la comunicación ofrecida por Médicos del Mundo Andalucía ya que las personas que han respondido a la encuesta consideran que reciben información de las actividades de MDM-A y que, en buena medida, satisfacen las expectativas dentro de la ONG y son motivadoras. Estos datos tienen una media superior al 3,5. Pero sí que se puede mejorar su cantidad y claridad, ya que hay varios encuestados que las consideran escasas y confusas (tienen una media de 3)

8ª Pregunta

Se preguntaba si la comunicación favorece conocer los valores de la organización. Resultados:



Casi tres cuartas partes de los encuestados consideran que la comunicación favorece conocer los valores de la organización. De lo que se extrae la importancia de la comunicación.

9ª Pregunta

A las personas que habían contestado en la pregunta anterior "No lo creo", o "No demasiado", se les pedían el motivo de esa negación.

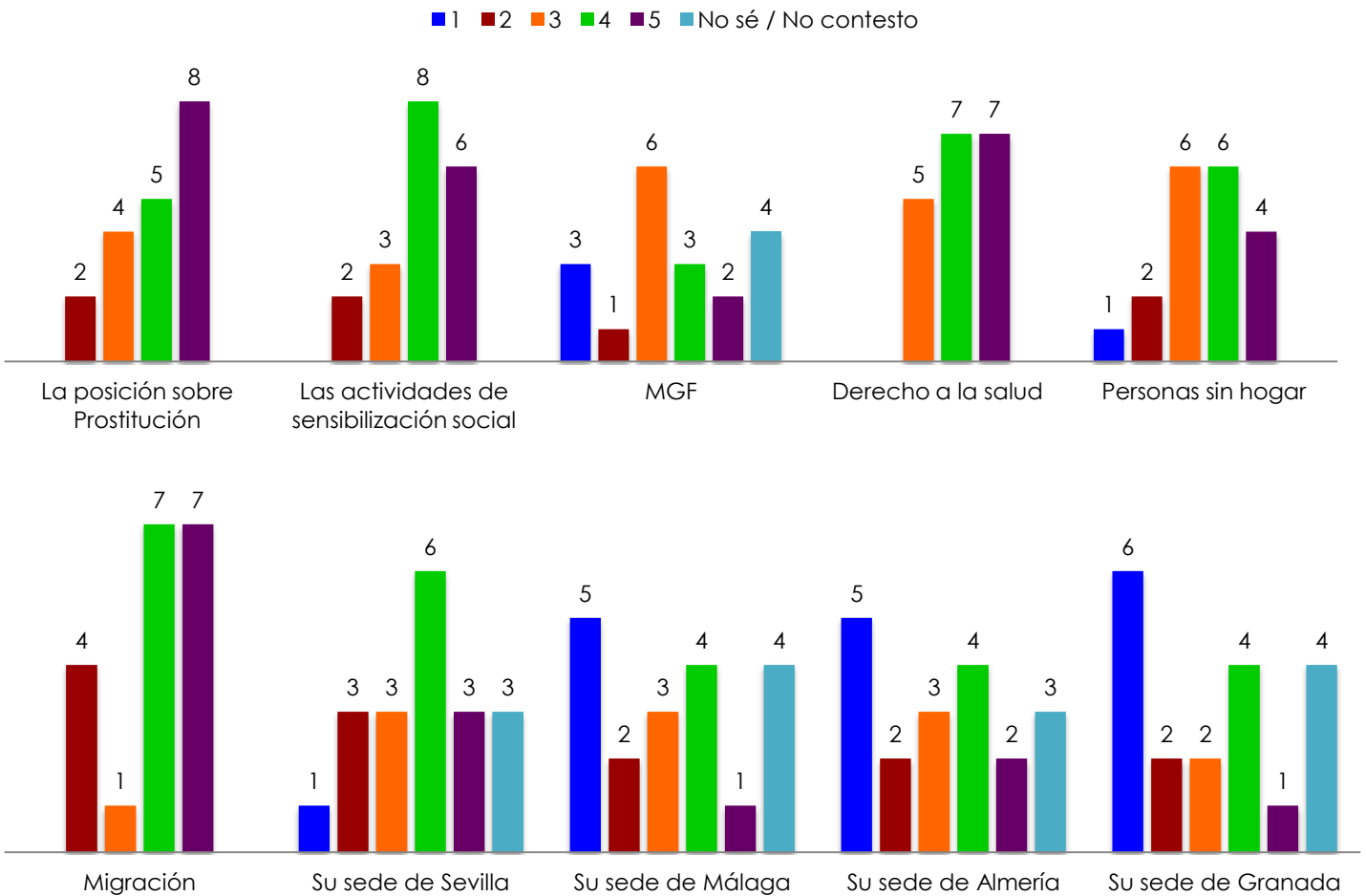
Dado que era una pregunta obligatoria, hay más respuestas que en el apartado anterior. Es decir, en la octava pregunta, solamente una persona respondió "No lo creo" o "No demasiado". Sin embargo en esta pregunta cinco personas han considerado oportuno señalar los siguientes motivos:

- Falta de uniformidad (3 respuestas)
- Me llega la información sin tiempo de poder participar (1 respuesta)
- Yo creo que la comunicación de actividades llevan implícitos los valores de la asociación, pero no hay declaraciones formales en torno a valores o posicionamientos concretos frente a temas concretos (1 respuesta)
- No me interesa la comunicación (1 respuesta)

10ª Pregunta

Con esta pregunta se inicia la segunda sección de preguntas, destinada a conocer qué saben las personas sobre Médicos del Mundo Andalucía gracias a la comunicación.

En la décima cuestión se solicitaba que las personas indicasen del 1 al 5 (siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima) su conocimiento de Médicos del Mundo sobre diferentes cuestiones. Resultados:



El conocimiento de las personas es superior en prostitución, sensibilización social, derecho a la salud, personas sin hogar y migración; mientras que es inferior en la información sobre las diferentes sedes (siendo más conocidas Almería y Sevilla que Granada y Málaga) y al MGF.

11ª y 12ª Preguntas

Se pedía que las personas encuestadas facilitasen los motivos de conocimiento:

- Participo en ese grupo (7 respuestas)
- Lo veo en la información que recibo (1 respuesta)
- Me informa directamente una persona muy involucrada (1 respuesta)
- Formo parte del operativo (1 respuesta)
- Interés (12 respuestas)
- Llegan noticias por las redes (1 respuesta)
- No sé / No contesto (2 respuestas)
- Formación en sede (1 respuesta)

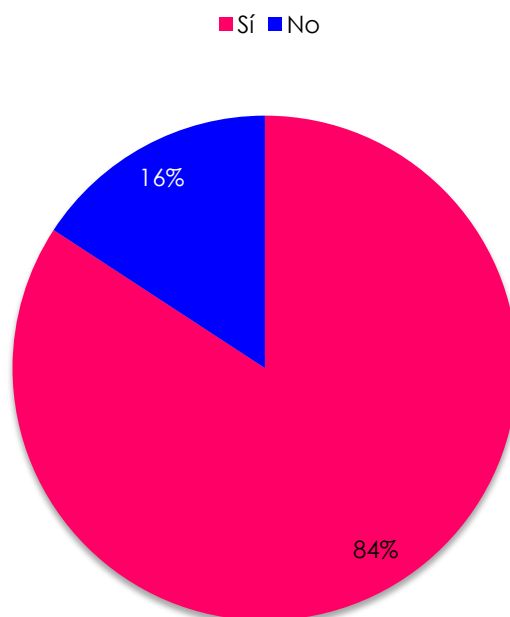
Y de desconocimiento:

- No me interesa (4 respuestas)
- No sé lo que es MGF (2 respuestas)
- No asisto, por lo que no puedo opinar (1 respuesta)
- No sé / No contesto (3 respuestas)
- No he recibido información que me motivo a conocerlo (7 respuestas)
- No he tenido tiempo suficiente para lograr más información (1 respuesta)
- Llegan menos noticias por las redes (1 respuesta)

13ª Pregunta

Con esta pregunta se inicia el apartado para conocer y acercarnos al uso de redes sociales de las y los participantes.

Una primera cuestión estaba destinada a conocer si tenían redes sociales. Resultados



Que el 84% de los participantes indiquen que tienen redes sociales da una idea del potencial que se les puede sacar en términos de comunicación.

Se solicitaba, además, que si quisieran indicase qué redes sociales solían usar más. No todas las personas que han contestado sí lo han indicado. Solamente ha habido 5 respuestas con este fin: Facebook, E-mail, Whatsapp e Instagram.

14ª Pregunta

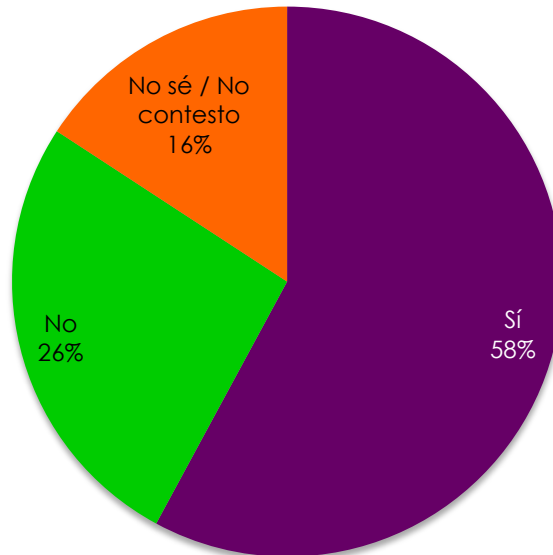
Esta pregunta estaba destinada a conocer qué tipo de contenidos interesan cuando se sigues a una ONG en redes sociales. Resultados:



En primer lugar las personas quieren conocer qué actividades realiza y en cuales participa la ONG, seguido de la denuncia social el activismo y la información relacionada con los valores de la ONG.

15ª Pregunta

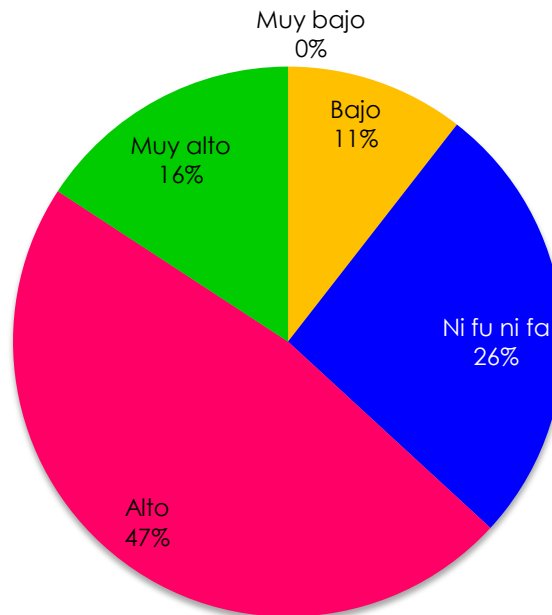
La comunicación que recibe, ¿fomenta una participación más activa en la ONG por la parte de las personas encuestadas? Resultados:



Un 58% cree que la comunicación fomenta la participación, por tanto es un dato interesante al que se le puede sacar partido en la medida que una persona informada, participará más.

16ª Pregunta

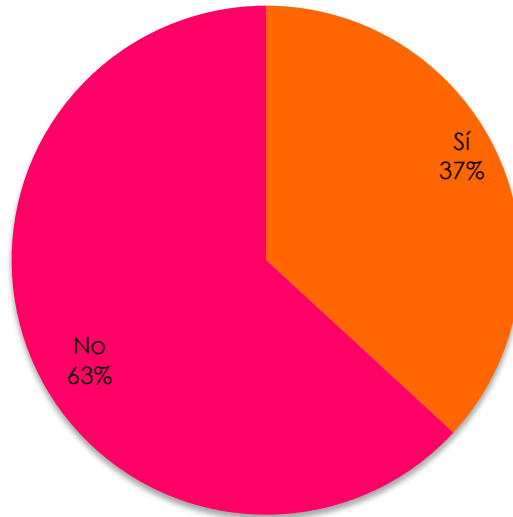
En general, el grado de satisfacción con la comunicación recibida es...
Resultados:



Un 63% de las personas encuestadas están satisfechas con la comunicación (datos de Alto + Muy Alto). Es decir, la comunicación de MDM-A está en el camino a seguir.

17ª Pregunta

Se preguntaba si las personas encuestadas si querían participar en un grupo de difusión de Whatsapp. Resultados:



Algunas de las personas que han respondido sí han facilitado sus números de teléfonos para ingresar al grupo. Ahora bien, dado que una mayoría ha respondido que no, habría que estudiar la viabilidad de esta medida.

18ª Pregunta

Se solicitaba sugerencias, consejos o críticas. Resultados:

- Por mi bien pero no tengo redes sociales y tengo poco tiempo así que no leo el blog. Pero interesa más llegar también a gente fuera de la organización.
- Considero que la comunicación a veces es con cuenta gotas. Unas veces hay mucha, otras poca.
- No hay diversidad de comunicación sobre las diferentes sedes.
- Las comunicaciones ofrecidas en redes sociales suelen ser genéricas (que están bien), pero no se centra en Andalucía.
- Sugerencia: para fortalecer la comunicación hay que dedicarle tiempo y medios
- No se me ocurre ninguna. Gracias por vuestro trabajo.
- Me parecen importantes y necesarios los pasos que se están dando en comunicación
- Hay mucha diferencia en las comunicaciones que se reciben en función de la provincia y el grupo en el que se hace el voluntariado. Muchas gracias por vuestro esfuerzo
- Estoy muy ocupado, no tengo tiempo y soy socio de varias ONGS: con tener una información básica me es suficiente. Lo que no me agrada es que me llamen por teléfono: lo vivo como una intromisión en mi vida privada.