

Impacto del **COVID-19** en las comunicaciones de organizaciones de la sociedad civil

Mayo 2020



www.comunicacionycambiosocial.org

Presentación

¿Por qué estamos haciendo esto?

Durante periodos de disrupción e incertidumbre como el que vivimos, **el aporte que las organizaciones de la sociedad civil puedan hacer al bienestar de las personas** es más valioso que nunca.

En este contexto **la comunicación en estas organizaciones cobra una renovada relevancia:** para llegar con información oportuna y clara a sus beneficiarios y seguidores, para incidir en el debate público, para movilizar recursos y urgencias ahí donde se necesitan.



Presentación

¿Por qué estamos haciendo esto?

Desde Comunicación y Cambio Social lanzamos una encuesta en línea que buscó indagar sobre los **principales desafíos comunicacionales que enfrentan ONG, fundaciones y otros grupos ciudadanos.**

Nuestro objetivo es **ofrecer pistas sobre los desafíos comunes de las comunicaciones en el tercer sector, para orientar esfuerzos compartidos** en el desarrollo de capacidades en esta área tan estratégica para el quehacer de estas organizaciones.

En ese sentido, **advertimos que no se trata de un estudio representativo**, sino un ejercicio indagatorio que aporta luces claves para entender los desafíos que el actual contexto está imponiendo al sector.



¿Quiénes participaron?

Claves generales

50 personas que trabajan en organizaciones del tercer sector contestaron la encuesta. En cuanto al rol que desempeñan en su organización, los participantes se dividen en:

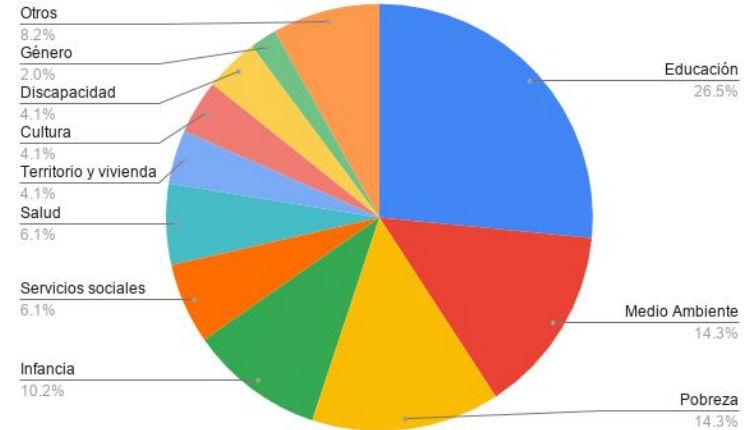
- Dirección de comunicaciones: 21 (42,8%)
- Dirección ejecutiva: 17 (34,7%)
- Integrantes de equipo de comunicaciones 4 (8,2%)
- Directorio: 4 (8,2%)
- Roles en otras áreas: 3 (6,1%)

El cuanto a la temática que la organización aborda, la mayoría de ellas se concentran en **educación** (13 respuestas), **medio ambiente** (7), **pobreza** (7) e **infancia** (5).

Respecto al tamaño de las organizaciones, el 81,6% son micro y pequeñas (1 a 49 trabajadores), el 12% medianas (50 a 249 trabajadores), el 2% grande (250 a 499 trabajadores), y el 4% muy grandes (más de 500 trabajadores).

El 52% de las organizaciones realiza labores vinculadas con el Covid-19.

Temática que aborda la organización



Resumen de hallazgos

Comunicaciones en ONG y COVID-19

✓ **Un 52% afirma que las instituciones en las que trabajan están ofreciendo servicios especiales ante el Covid-19**, lo que ha implicado una reinversión de sus programas.

✓ Sin embargo, **la comunicación de los planes de acción en esta emergencia es un punto débil**: menos de un tercio reporta que éstos se han comunicado clara y oportunamente a los actores clave de la organización.

✓ En cuanto a los desafíos del día a día en las comunicaciones, figuran la **dificultad para producir contenido digital, poner en la agenda temas propios** –cuando sólo hay un tema del que todos hablan– **y apoyar a usuarios** que habitualmente acceden a servicios presenciales.

✓ **La escasa familiaridad de sus audiencias con la comunicación digital**, así como la falta de capacidades en el equipo interno, son algunas de las barreras críticas identificadas por las organizaciones.

✓ **Un punto positivo**: en el contexto de la pandemia, la mayoría de las organizaciones ha impulsado o participado en **iniciativas en red con otras organizaciones**.

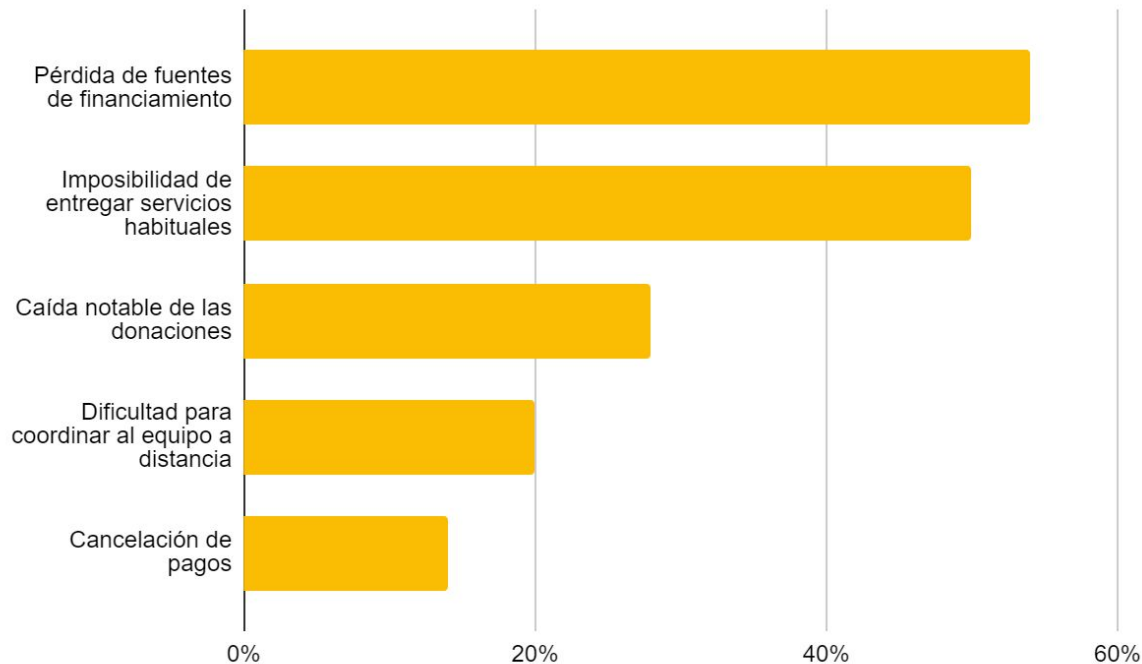
✓ La mayoría manifiesta que quisiera tener **apoyo voluntario o pro bono** en: recaudación de fondos, producción y edición de contenidos, planificación comunicacional, diseño web, y estrategia o gestión de redes sociales.

✓ Quienes participaron en la encuesta creen que **la crisis en curso tendrá un impacto significativo en la sociedad civil, sus propias organizaciones y su trabajo**.

✓ **La mayoría cree que esta crisis cambiará su forma de trabajar a futuro y las habilidades/herramientas requeridas**: herramientas de comunicación digital, audiovisuales, capacidad para hacer streaming, manejo de datos e información, creación de contenido, networking y fidelización de audiencias, entre otras.

¿Cuáles han sido los efectos del Covid-19 en tu organización?

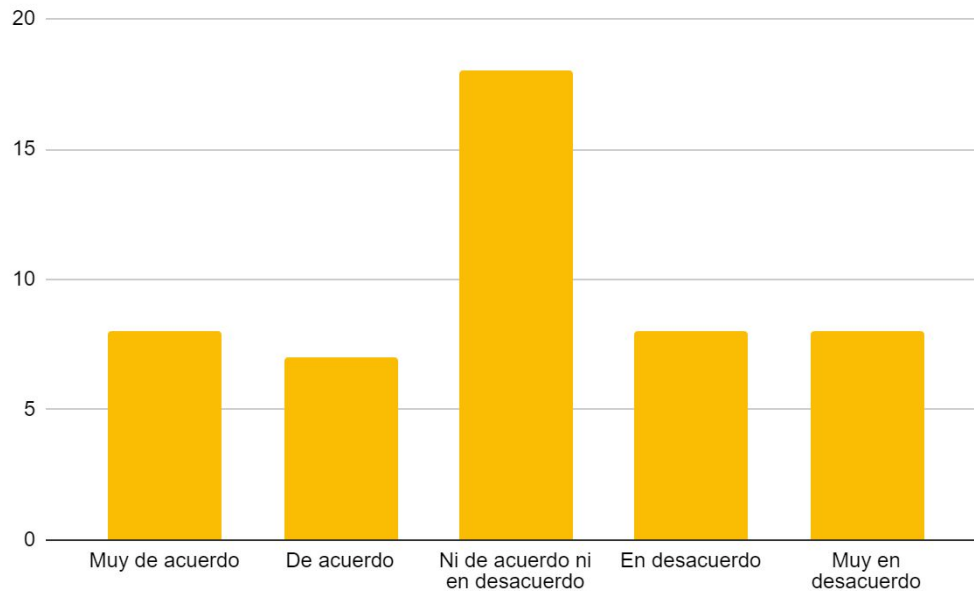
(50 respuestas)



Plan de acción ante el Covid-19

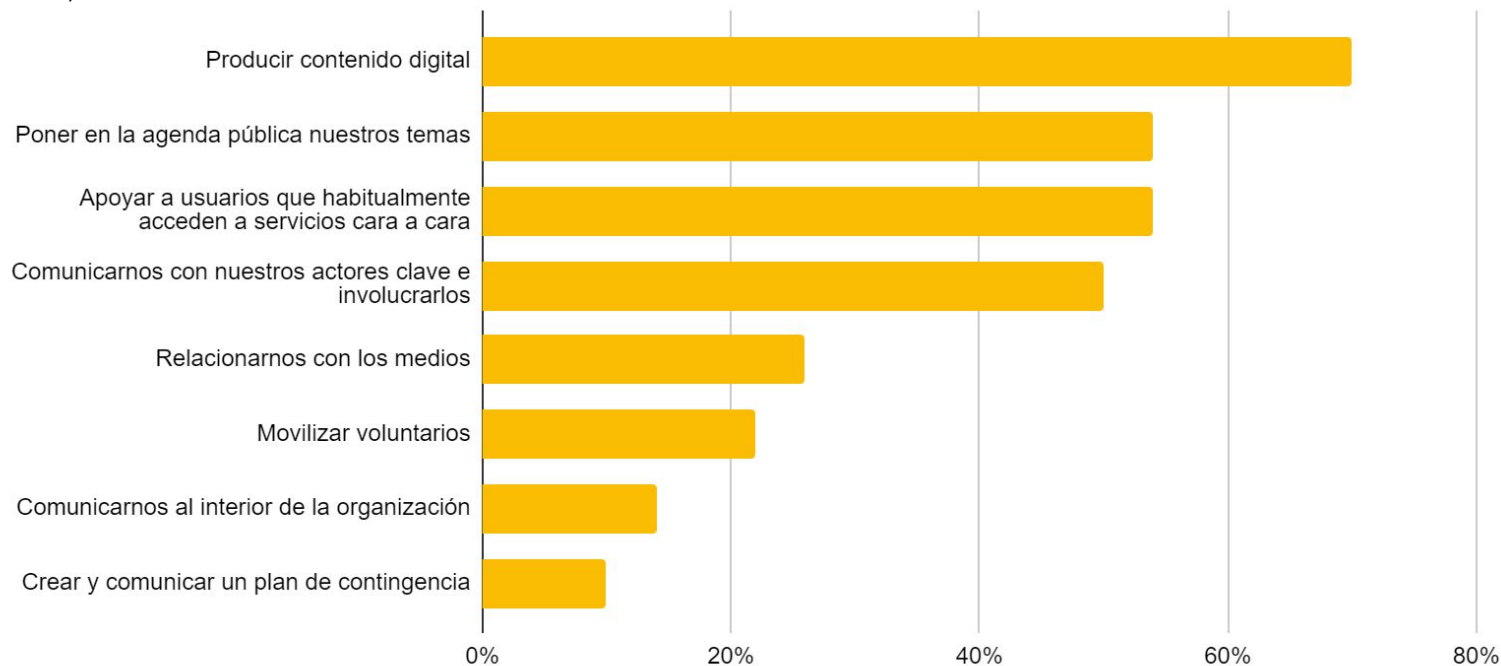
(49 respuestas)

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la siguiente afirmación: nuestra organización tiene un plan de acción para afrontar la crisis del COVID-19 que ha sido comunicado clara y oportunamente a todos nuestros actores clave?



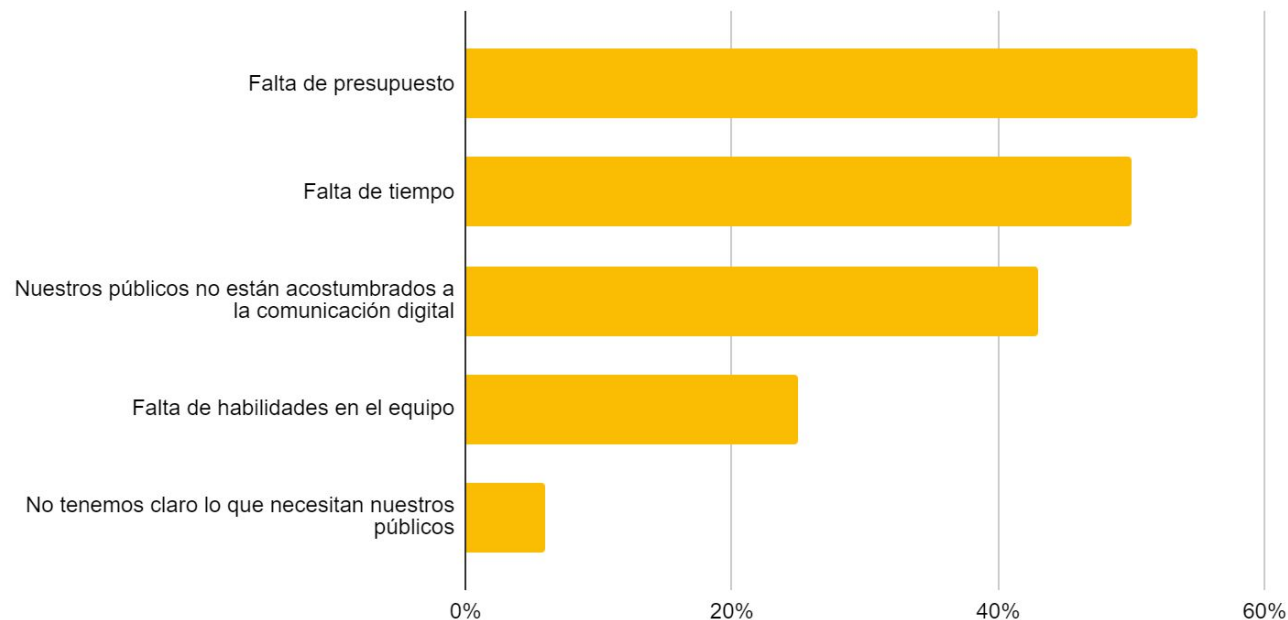
Desafíos comunicacionales en el contexto de esta crisis

(50 respuestas)



Barreras detectadas para comunicar efectivamente

(49 respuestas)



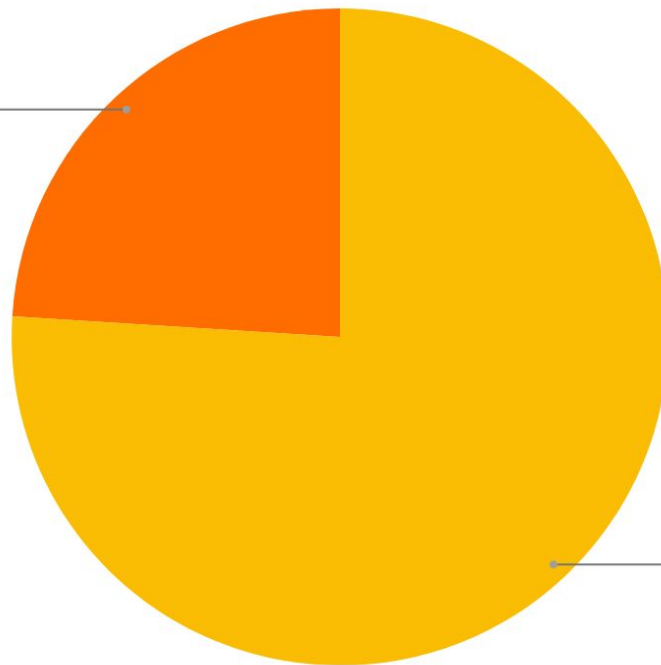
Trabajo en red

Una estrategia frente a la pandemia

(50 respuestas)

A propósito de la crisis sanitaria, tu organización ¿ha impulsado o se ha sumado a instancias de trabajo conjunto con otras organizaciones de la sociedad civil?

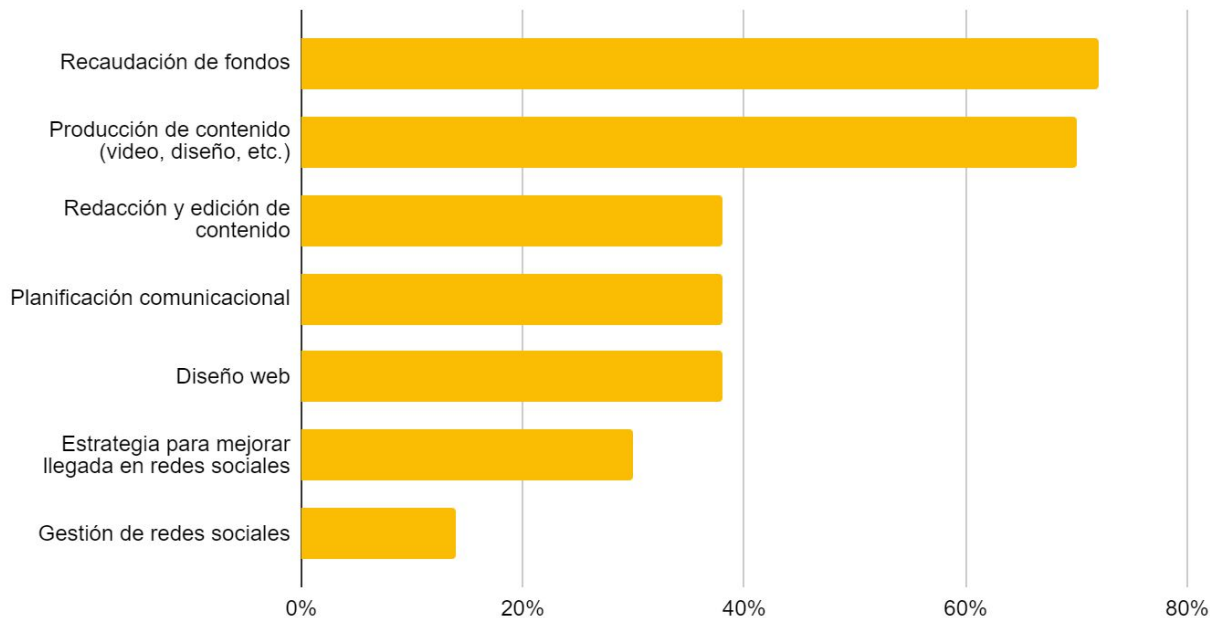
No
24.0%



Si
76.0%

Necesidades de apoyo externo (voluntario y/o pro bono)

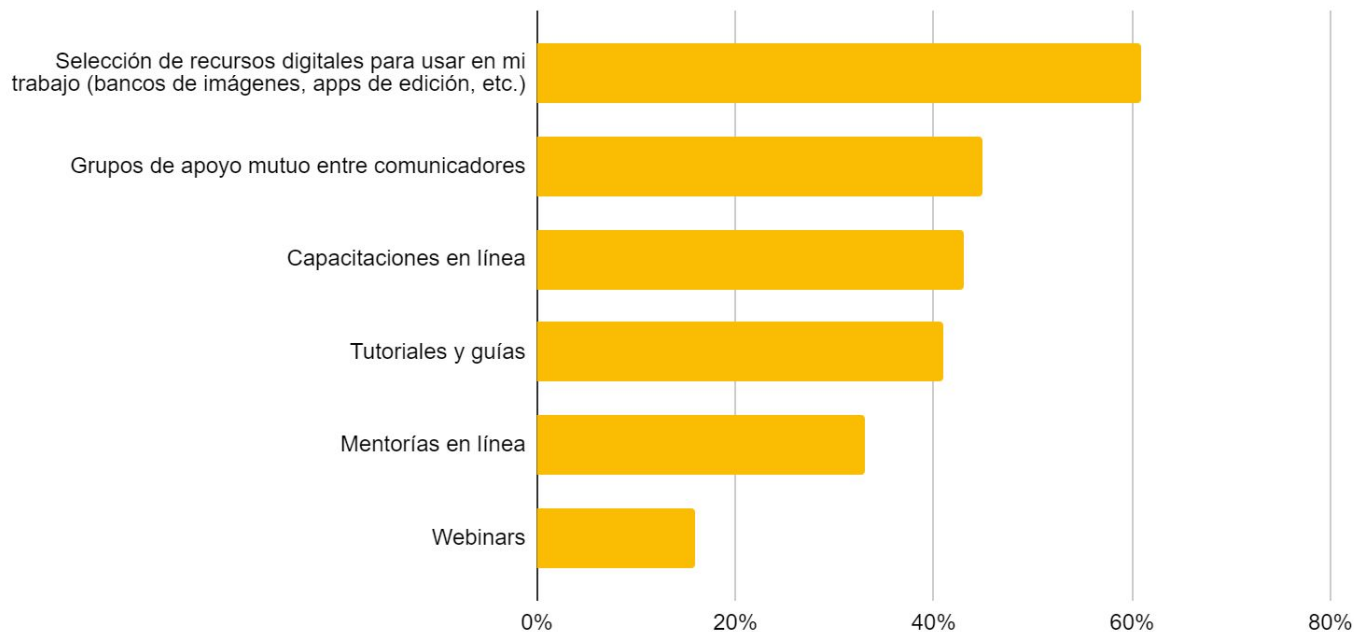
(50 respuestas)



Necesidades de apoyo

Para el equipo interno

(50 respuestas)



Un vistazo al futuro post Covid-19

¿Qué nuevos recursos o habilidades necesitará el área de comunicación luego de la crisis sanitaria?

(Pregunta abierta, 39 respuestas)

Un vistazo al futuro post Covid-19

Amplio conocimiento de herramientas digitales para organizaciones, para tener más alternativas y **capacidad de reacción** ante la imposibilidad de lo presencial.

Directora de comunicaciones

“Profundizar mucho más en obtener herramientas para **conocer el comportamiento de nuestros públicos/seguidores/stakeholders** a través de su comportamiento digital”
Coordinadora de comunicaciones

“**Capacitar a beneficiarios** de todas las edades para habilidades, manejo y uso de técnicas y elementos de computación”
Director ejecutivo

“Gestión de contactos y **construcción de redes**”
Director ejecutivo

“Aprender uso correcto de **redes sociales, web, plataformas, contenido**”
Presidenta de organización



COMUNICACIÓN
Y CAMBIO SOCIAL

www.comunicacionycambiosocial.org