



Universidad de San Andrés

Departamento de Humanidades - Escuela de Diseño

Licenciatura en Diseño

Diseñando el futuro de ayudar.

"Sumate al flash": una experiencia laboral intensa en el terreno por un tiempo acotado.

Comitente: Médicos Sin Fronteras

Alumno: Olivia De Winne

Legajo: 30265

Director: Bea Sauret

Lugar: Buenos Aires, Argentina

Fecha: 14/11/2022

Abstract

La ayuda humanitaria es, históricamente, una herramienta con la que cuenta la sociedad para combatir situaciones extremas y ayudar a poblaciones vulnerables en diferentes partes del mundo. Las organizaciones sin fines de lucro que materializan y organizan esta ayuda se financian, principalmente, de donaciones por eso mantener el atractivo y fomentar la voluntad de colaborar y donar es un desafío constante y que siempre está en agenda. Médicos sin Fronteras se pregunta si es posible diseñar experiencias para que potenciales donantes y trabajadores puedan involucrarse en la organización en una actualidad en la que cada vez es más complejo encontrar formas de materializar la voluntad de ayudar. En el caso puntual de MSF, esta voluntad flaquea debido a la altísima entrega, sacrificio y requerimientos que implica el decidir ayudar. **Sumate al Flash** surge como respuesta a este desafío y le propone a Médicos Sin Fronteras una forma de apropiarse de lo que hoy entienden como un problema -la deserción del 20% de sus profesionales de campo luego de la primera misión- y transformarlo en una rotación esperada, organizada e incluso positiva. Sugiere adaptar la oferta laboral actual de la organización a las necesidades y expectativas de los jóvenes profesionales para así contar con oportunidades atractivas para el grupo objetivo. El sistema solución divide las misiones en 5 etapas que fueron diseñadas teniendo en mente las características de los jóvenes. De este modo, Médicos Sin Fronteras logra transformar una situación que hoy entiende como perjudicial como una característica positiva de su funcionamiento.

Palabras clave: Ayuda médico-humanitaria, Misión, Deserción, Jóvenes médicos.

Humanitarian aid is, historically, a tool that society has to combat extreme situations and help vulnerable populations in different parts of the world. The non-profit organizations that materialize and organize this aid are financed, mainly, by donations, so maintaining the attractiveness and encouraging the will to collaborate and donate is a constant challenge and one that is always on the agenda. Médicos Sin Fronteras wonders if it is possible to design experiences so that potential donors and workers can get involved in the organization at a time when it is increasingly complex to find ways to materialize the will to help. In the specific case of MSF, this will falters due to the high dedication, sacrifice and requirements involved in the decision of helping. **Sumate al Flash** arises as a response to this challenge and proposes a way for Médicos Sin Fronteras to appropriate what they now understand as a problem -the desertion of 20% of their field professionals after the first mission- and transform it into an expected, organized and even positive rotation. It suggests adapting the organization's current job offer to the needs and expectations of young professionals in order to have attractive opportunities for the target group. The program divides the missions into 5 stages

that were designed with the characteristics of young people in mind. In this way, Médicos sin Fronteras manages to transform a situation that it now understands as harmful into a positive characteristic of its operations.

Key words: Medical-humanitarian aid, Mission, Desertion, Young doctors.



Introducción

En la actualidad, la ayuda humanitaria es una oportunidad constante y universal para mejorar el mundo porque, a pesar de que existan instituciones o estructuras de sostén como los estados nacionales y gobiernos, es una posibilidad que está siempre al alcance de la mano. La ayuda humanitaria es la forma en la que la sociedad contribuye al bienestar y el medio que tiene cada individuo para poner su granito de arena.

Este tipo de ayuda puede brindarse a diferentes sectores vulnerables de la sociedad con diversas necesidades. Uno de esos sectores podría ser por ejemplo la población víctima de un desplazamiento con el objetivo de garantizar el acceso a servicios básicos como la alimentación, la atención médica o el agua. En este caso, las causas del desplazamiento también pueden ser variadas como un desastre natural o un conflicto armado. Estas son las llamadas emergencias humanitarias que generalmente suceden a causa de la desigualdad.

Ahora bien, ¿qué es la desigualdad? Para comenzar a entender este fenómeno deberíamos remontarnos al origen de las primeras ciudades estado en la mesopotamia ya que desde ese momento la humanidad lucha contra ella. La desigualdad en la actualidad es entendida como un componente inherente de la sociedad, es una característica propia de la modernidad cuyo abordaje ha desatado decenas de debates en todas las ciencias sociales.

Según una nueva investigación las desigualdades repercuten en la esperanza de vida y pueden coartar los derechos impidiendo el desarrollo humano (Desigualdad: cómo subsanar las diferencias | Naciones Unidas, s. f.). Dicha desigualdad afianza la inseguridad y vulnerabilidad humana, fomentando la aparición de actos violentos. Es por estos motivos que las organizaciones del tercer sector, mayormente conocidas como ONGs, combaten diariamente sus causas y tratan de prestar servicios que los Estados están fallando en otorgar a sus ciudadanos.

¿Cómo resolvería el mundo una catástrofe sin la mano de quienes colaboran? ¿Cuál es la importancia de que haya gente ayudando? ¿Qué sería de un mundo sin voluntarios dispuestos a colaborar?

Médicos Sin Fronteras es una organización médico-humanitaria de carácter internacional y sin fines de lucro que aporta su ayuda a poblaciones en situación precaria y a personas víctimas de catástrofes de origen natural o humano y de conflictos armados, sin ninguna discriminación por raza, religión o ideología política. Se rigen bajo la misión de sostener una acción médica y el testimonio pero también asumiendo riesgos al confrontarse con poder, en las distintas regiones con las que se encuentran. Usan al testimonio como medio para provocar cambios en favor de estas poblaciones,

conmover, atravesar para, de esta manera, atraer a más personas a que conozcan su trabajo y colaboren con este.

La acción humanitaria es un gesto solidario de sociedad civil a sociedad civil, de persona a persona, cuya finalidad es preservar la vida y aliviar el sufrimiento de otros seres humanos: esta es nuestra razón de ser. (Médicos Sin Fronteras, *Quiénes somos*, 2021)

En línea con las características de la organización y con la forma que esta tiene de relacionarse tanto con las poblaciones a las que ayuda como con sus donantes fue que se acercó a nosotros y nos planteó un desafío: "Diseñar la experiencia de involucrarse con MSF para potenciales colaboradores y trabajadores, yendo más allá de la suscripción mensual o la búsqueda de empleo tradicional, en un contexto en el que no resulta fácil encontrar formas de canalizar sus intenciones de ayudar".

Médicos Sin Fronteras cuenta con un amplio personal que incluye a profesionales tanto de la salud como de diferentes especialidades. Los donantes y los reclutadores son pilares fundamentales del equipo. La organización debe su independencia financiera a los más de seis millones de personas y entidades privadas que son socias o colaboradoras en todo el mundo. Gracias a ellas es que pueden atender a poblaciones vulnerables y en sus misiones, además de dedicarse a mejorar su situación, prestan testimonio para denunciar todos los tipos de catástrofes y complicaciones de las que estas poblaciones son víctimas. Su visión no es transformar la sociedad; entienden que esa ambición tan largoplazista tiene una alta cuota de idealización. Trabajan con objetivos más a corto plazo como permitirle a la sociedad a la que están ayudando superar períodos de crisis y mejorar sus condiciones de vida. "(...) Nuestro objetivo son las personas, no los Estados. Por este motivo, nuestras intervenciones son limitadas en el tiempo." (Médicos Sin Fronteras, *Quiénes somos*, 2021)

La atención que proporcionan nuestros equipos intenta cubrir las necesidades más urgentes, tanto en los diferentes niveles de la atención médica (desde la primaria a la hospitalaria, pasando por la comunitaria) como a través de actividades de gran impacto en la salud, como las relacionadas con el agua y el saneamiento. (Médicos Sin Fronteras, *Quiénes somos*, 2021)

Todos los profesionales y trabajadores de esta organización, están comprometidos con la honra de ciertos principios fundamentales. En su carta magna indican que los médicos deben socorrer a poblaciones desamparadas y a las víctimas de catástrofes más allá de las ideologías de cada persona. También se comprometen a actuar con neutralidad e imparcialidad, a respetar los principios éticos de su profesión y mantener independencia de todo poder, fuerza política, económica o religiosa. Por

su condición de voluntarios, asumen los riesgos y peligros de las misiones que cumplen.(Médicos Sin Fronteras,*Quiénes somos*, 2021)

Resulta pertinente destacar que, en la actualidad, Médicos Sin Fronteras está compuesta por 25 asociaciones en diversas partes del mundo enlazadas a secciones operacionales que se encargan de organizar y gestionar la acción humanitaria. En otras palabras, las secciones organizan las operaciones en el terreno y se ocupan, entre otras cosas, de reclutar personal, capacitar y captar fondos. También cuentan con oficinas que dependen de las secciones previamente mencionadas. Una de estas oficinas está ubicada en Argentina.

Con el objetivo de adentrarnos y comprender en profundidad el funcionamiento de la dependencia Argentina de Médicos Sin Fronteras organizamos una investigación grupal. El objetivo de la misma fue detectar los posibles lugares de intervención para que luego cada integrante del grupo eligiera cual abordar en la parte individual del Trabajo Final de Grado.

2. Investigación

Recuperando lo expuesto anteriormente, esta primera instancia de la investigación fue grupal. Para aprovechar la cantidad de personas que nos ocuparemos de buscar información decidimos organizarnos y decidimos utilizar diferentes herramientas para enriquecer al máximo este primer acercamiento al problema planteado y comprender las distintas aristas de Médicos Sin Fronteras; a sus trabajadores, a los donantes, a los colaboradores, médicos y voluntarios.

Con el objetivo de entender a nuestro comitente, apelamos a un método de investigación cualitativo que nos permitió identificar la naturaleza profunda de sus realidades, el sistema de relaciones y la estructura dinámica en la que Médicos Sin Fronteras se desenvuelve (*Guía: Investigación cuantitativa y cualitativa - Fistera, 2022*). A continuación, detallaremos el proceso de investigación seguido de las conclusiones que elaboramos a partir de los resultados.

2.1 Benchmark

Uno de los primeros pasos de la investigación fue realizar un benchmark. El benchmarking es una estrategia de análisis comparativo en la que se evalúan los procesos de diferentes organizaciones similares en algún aspecto. Su objetivo es entender cómo se desenvuelven esas organizaciones y de esta forma obtener puntos de referencia que nos permitan generar un análisis correcto de la

situación. En nuestro caso puntual, utilizamos esta herramienta para entender las virtudes y defectos que tiene Médicos Sin Fronteras y de esta forma desarrollar nuestros futuros planes de acción para aumentar el desempeño de la organización.

Se realizó entonces una investigación sobre otras organizaciones sin fines de lucro con el fin de conocer las metodologías y estrategias que implementa la competencia. Se seleccionaron organizaciones del ámbito de la ayuda humanitaria como Cruz Roja, Techo, UNICEF y Cáritas ya que tienen objetivos similares a los de Médicos Sin Fronteras. Esta herramienta de análisis es muy interesante pero debe ser implementada de forma ordenada ya que cada organización es un universo y tiene muchísimas aristas que podrían ser sometidas al análisis comparativo. En este caso, y teniendo en cuenta el objetivo principal de la investigación decidimos comparar como funciona el reclutamiento de personal y como funcionan las donaciones en las organizaciones seleccionadas.

En relación al reclutamiento se investigaron varios aspectos. Por un lado, los requisitos necesarios para aplicar a un puesto de trabajo en Médicos Sin Fronteras; conocimientos, edad mínima y experiencia previa. También se profundizó en las capacitaciones y la posibilidad de especialización que ofrecen las vacantes. Además, se analizaron los honorarios y beneficios que se otorgan al empleado por llevar a cabo su trabajo.

Dentro del área de las donaciones también se investigaron diferentes aristas. Por un lado, la forma de comunicar y convocar a potenciales donantes. Hoy en día, esta actividad se realiza mayoritariamente por medio de redes sociales y/o página web. También investigamos acerca del momento de la transacción y el camino que hace el dinero desde que sale del bolsillo del donante hasta que llega a la organización. Para obtener esta información, se realizaron encuestas que profundizaban en los medios de pago disponibles, la forma en la que las organizaciones se manejan con las donaciones no monetarias, cuántos datos le solicitan al donante y cuáles son esos datos, si hay montos mínimos de donación, cómo funcionan las suscripciones y qué poder tienen los donantes en decidir a qué causa destinan su donación.

Todo esto fue realizado por medio de encuestas. El objetivo de las mismas fue entender el funcionamiento general de las organizaciones haciendo especial foco en el proceso de reclutamiento y de donación. Comparar estos aspectos de organizaciones similares a Médicos Sin Fronteras nos permitió conocer los posibles lugares de intervención para mejorar la experiencia en la organización y responder al desafío planteado.

2.1 A- Cruz Roja

En cuanto al reclutamiento de Cruz Roja podemos decir que exigen una edad mínima de 16 años para ciertos puestos y no requiere tener estudios ni experiencia previa. Sin dudas creemos que esto es una gran ventana que se abre a los jóvenes y que le permite a la organización tener un público al menos un poco más amplio que el que sostiene hoy en día en Médicos Sin Fronteras. Otra de las cualidades de Cruz Roja en cuanto al reclutamiento es la oferta existente con posterioridad. La motivación de hacer algo por lo que vendrá, sabiendo que será una gran recompensa. El crecimiento ofrece oportunidades para el desarrollo personal y técnico-profesional mediante cursos gratuitos que incentivan a involucrarse en la organización.

En relación a las donaciones, Cruz Roja ofrece la opción de donar a través del celular con Mercado Pago, una aplicación que ha ganado popularidad hace algunos años y que hoy se posiciona como uno de los principales medios de pago digital del mercado. Además, brindan la posibilidad de que uno se acerque a la organización con elementos, insumos o alimentos para donar. Médicos Sin Fronteras, por su parte, no recibe donaciones no monetarias. La gran mayoría de las veces esto termina siendo perjudicial porque limita las posibilidades de donación de la población, pero al mismo tiempo, el incentivo a la donación monetaria es positiva ya que se aseguran de que todas las donaciones se encuentren exentas de impuestos.

2.1 B- TECHO

En relación al funcionamiento del reclutamiento de personal en la organización TECHO Para Mi País recuperamos un hallazgo muy interesante. TECHO ofrece a sus reclutados un espacio de seguimiento de su trabajo, un espacio de análisis y reflexión sobre su agenda pública local y global. Entendimos que un seguimiento personalizado brinda a los colaboradores un mayor sentido de pertenencia para con la organización y podría llegar a incentivarlos a permanecer en ella por más tiempo. Los objetivos para los voluntarios son más cortos. Uno puede dedicarle un fin de semana a la ayuda sabiendo que no está más comprometido con la organización cuando el mismo finalice. Esta posibilidad, en comparación con el tiempo que exigen las misiones de MSF, amplía potencialmente el público que podría convertirse en trabajador ya que la posibilidad de ofrecer nada más y nada menos que el tiempo disponible hace que mucha más gente pueda elegir colaborar.

Respecto de las donaciones, TECHO organiza eventos de recaudación. Por medio de experiencias diferenciales, los invitados se convierten en donantes, lo que facilita el proceso de recaudación y amplía el espectro de donantes. Además, reciben donaciones monetarias, mensuales o esporádicas vía página web.

2.1 C- Unicef

Unicef, por su parte, tiene un programa de reclutamiento que se da por medio de una organización paralela denominada “Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas”. Allí muestran un listado detallado de los puestos específicos ordenados por categorías como localización geográfica o fecha límite de aplicación. Esto facilita el proceso mediante la clasificación de la información necesaria para aplicar. Además, ofrecen beneficios a quienes se postulen, tales como seguro médico, vacaciones, pensiones, asistencia a la relocalización y subsidios de alquileres. Incluso disponen de programas de aprendizaje de idiomas. Esto incentiva y amplía las posibilidades de aquellos que sienten limitaciones a la hora de ingresar al programa.

En relación a las donaciones, Unicef permite seleccionar la divisa con la que se hará el pago y además, en Argentina, da la oportunidad de participar del sorteo de un auto con tu donación mensual. Unicef es característico por la difusión que tiene y genera. Realiza eventos masivos, televisivos anuales tales como Un Sol Para Los Chicos cuyo fin exclusivo es el de la recaudación de donaciones y el de la difusión del trabajo que se da dentro de la organización. Por medio de premios y gracias a perfiles famosos, logra involucrar a todos los públicos consiguiendo grandes donaciones de dinero y ampliando mucho la diversidad de los donantes. Además, realizan cenas de recaudación de fondos.

2.1 D- Cáritas

En relación al reclutamiento, Cáritas facilita la visualización de los ámbitos en donde uno puede colaborar. Los clasifica en: atención primaria, migrantes, sin hogar, infancia y adolescencia, mujeres y mayores. Tener la posibilidad de elegir el ámbito donde querer ayudar y colaborar, es una herramienta muy interesante ya que el donante está involucrado en el proceso. Tiene una mayor libertad dado que participa en la toma de decisiones y permite seleccionar dónde ofrecer ayuda, a qué sector contribuir.

Las donaciones en Cáritas funcionan de forma similar a las de Médicos Sin Fronteras. Ofrecen periodos de suscripción mensuales, trimestrales, anuales. Para seguir involucrando al donante, la organización le da la posibilidad de armar un período personalizado de donación. Esto abre nuevas posibilidades a la ayuda económica en caso de no tener la oportunidad de donar repetidamente durante un corto periodo de tiempo.

2.2 Médicos Sin Fronteras: Desk Research

Para continuar nuestra investigación, estudiamos en profundidad a la organización, conocimos sus principales actividades y analizamos las diferentes áreas dentro de Médicos Sin Fronteras.

Como bien se mencionó en la introducción, Médicos Sin Fronteras es una organización médico-humanitaria que asiste a personas amenazadas por diversos motivos. Entre ellos se puede ver causas por conflictos armados, violencia, epidemias o enfermedades olvidadas y a las que no se hace tanta referencia, desastres naturales y/o exclusión a la atención médica. La ética médica y los principios de objetividad, independencia y neutralidad son los pilares que guían el accionar de la organización y es debido a ello que dejan de lado intereses políticos y económicos regionales al momento de tomar acción.

Cabe destacar que el motivo principal por el cuál la organización decide actuar e intervenir en una situación o destino determinado, es que muchas personas o sociedades no reciben ayuda por parte de los gobiernos territoriales. La poca asistencia se ve directamente reflejada en la calidad de vida de los ciudadanos; sus necesidades básicas más urgentes no están cubiertas. Esta falta de acción por parte del Estado genera un enorme sufrimiento en las personas y este es el principal motivo que impulsa el accionar de las misiones de Médicos Sin Fronteras.

Asimismo, y en línea con lo expuesto anteriormente, la institución comprende que “Cuando un grupo humano es golpeado por la guerra, la violencia o la inestabilidad social, o el país en el que vive es frágil debido a la falta de recursos, o la falta de acceso a los servicios de salud se convierte en algo generalizado.”¹ Dichas características determinan el lugar en donde realizan las campañas, ya que por la situación que atraviesan, las personas no podrán siquiera recurrir a la atención médica de las necesidades más urgentes.

A medida que la investigación avanzaba, diariamente recopilamos más información de relevancia y consideramos necesario organizarla y ordenarla para no perder ningún dato y visualizarla de forma correcta. Decidimos entonces generar un *lienzo de creación de marca*. Se trata de una herramienta muy práctica para esclarecer los principios y valores de una organización, cómo son las actividades que lleva a cabo y por qué son importantes. (Médicos Sin Fronteras, *Quiénes somos*, 2021)

Otro aspecto organizacional en el que se profundizó en la investigación fue en el funcionamiento de las misiones y el trabajo de campo de Médicos Sin Fronteras. La organización, tiene la capacidad de responder a las emergencias en un máximo de 72 horas; lo que significa que pueden preparar los elementos necesarios, el armado y etiquetado de kits médicos y la gestión y trazado de ellos a los países necesitados en ese lapso de tiempo. Además elaboran un registro de los materiales y el almacenamiento hasta el momento en el que sea necesario utilizarlos y preparan stocks de emergencia para poder responder con mayor inmediatez. Los kits organizan alrededor de 5.000

1

artículos diferentes y principalmente se dividen entre los de funcionamiento interno, como los de comunicaciones, transporte, administración y electricidad, y los de ayuda, tales como los de primeros auxilios, cirugía, higiene, vacunación, cobijo y los especializados en patologías concretas.

En cuanto a su metodología de trabajo, la organización interviene en los países a través de misiones con diferentes objetivos. Estas misiones generalmente duran entre 6 meses a 1 año con excepciones que pueden extender las fechas establecidas. Una vez que finaliza la misión de trabajo el personal de terreno, es decir, aquellos que sean médicos y enfermeros y que hayan viajado a esa misión, finalizan con su contrato laboral. Tienen la posibilidad de elegir si continuar en la organización, renovando el contrato, o bien pueden optar por tomarse un tiempo determinado, como así también finalizar con su función dentro de Médicos Sin Fronteras.

Recuperando lo expuesto anteriormente, Médicos Sin Fronteras interviene en situaciones puntuales en las que las necesidades básicas de los ciudadanos no están cubiertas por organismos estatales. Por lo tanto, una vez que se soluciona dicha situación, la misión concluye.

2.3 Impacto

Según el reporte anual de 2020 de Médicos Sin Fronteras, se realizaron 9.904.200 consultas médicas externas, se suministraron 3.013.100 vacunaciones de rutina, se admitieron 1.026.900 de personas en salas de emergencia, se realizaron 450.500 sesiones individuales o grupales de salud mental y se realizaron 117.600 cirugías.²

Ahora bien, ¿qué significan estas cifras? El hecho de que Médicos Sin Fronteras pueda realizar la cantidad de acciones expuestas se debe a su independencia financiera, y por eso, la mayor parte de sus fondos son privados. En 2019, estos fondos procedían de las 6,5 millones de personas y entidades privadas que son socias o colaboradoras de la organización en todo el mundo y de las que hablamos anteriormente. Esto nos ayudó a comprender que, ese mismo año, el 96,2% de los ingresos mundiales eran de origen privado mientras que el resto correspondía a organismos públicos.

Al mismo tiempo, Médicos Sin Fronteras no obtiene beneficios económicos de las donaciones, sino que destina los fondos recibidos a la misión social –acción médica y testimonio– y a las tareas de administración y captación de recursos necesarios para poder cumplirla. Es importante mencionar que no aceptan fondos que estén en contradicción con su misión social y código ético, por ejemplo, de los Gobiernos implicados en un determinado conflicto. De esta forma, examinan caso por caso las

² Ver anexo 2

donaciones, ya que la captación de fondos se basa en las necesidades que vayan a cubrir. Dicho de otra manera, los donantes no tienen la posibilidad de saber dónde se destinará su dinero, ya que se administra en un fondo común y únicamente se sabrá su destino una vez que se realice la misión de emergencia.

2.4 Financiación

En línea con lo mencionado anteriormente, nos propusimos realizar un análisis exhaustivo respecto del financiamiento dentro de la organización. En la mayoría de los casos, los donantes no saben a qué causa está destinada su donación. De hecho, al tener misiones tan seguidas, la organización no comunica la necesidad de fondos para una causa determinada. En otras palabras, uno como donante no recibe un pedido de donaciones puntual para una causa en un determinado país; por eso no se puede elegir el destino de la donación. Existen casos excepcionales, en donde personas que donan una cantidad considerada de dinero y tienen la oportunidad de seleccionar el destino de sus fondos. Aquí aparece entonces un primer punto de dolor, muchas personas, aún desconfían del proceso de la donación. El hecho de uno no poder conocer el destino de su donación le quita transparencia y no brinda la tranquilidad necesaria para que los potenciales donantes sepan y conozcan el recorrido de su dinero una vez que fue depositado en la organización.

Cabe destacar que un aspecto muy importante en relación a las donaciones de la organización es que solo aceptan donaciones monetarias. Uno podría cuestionarse la causa de esta decisión ya que limitar las donaciones solo a dinero achica mucho las posibilidades para que la población colabore con MSF pero las razones son varias. Por un lado, la organización tiene muy estudiados los materiales e insumos que necesitan para las misiones, las cantidades e incluso las formas en las que deben ser almacenadas o recibidas. Para lograr mantener ese orden que ayuda a hacer más efectivos y eficientes todos los procesos que tienen que ver con la distribución de recursos deciden solo recibir dinero para ellos poder decidir que, cuánto, cuándo y a quién comprarle los insumos que necesitan.

En esta misma línea, todas las compras las hacen por medio de dos centrales propias donde consiguen precios especiales y los elementos e insumos que están adaptados para viajar y llegar en buenas condiciones a destino. Fundamentalmente, las compras deben estar preparadas para soportar viajes prolongados y largas distancias manteniendo su funcionalidad.

Los reclutadores de calle son una herramienta fundamental para aumentar el flujo de donaciones de la organización y así financiar muchísimas acciones. Se trata de jóvenes situados en calles específicas

de la Capital Federal y cuyo principal objetivo es difundir las misiones de MSF, reclutar trabajadores y atraer potenciales donantes.

¿Quiénes son los principales donantes? Aquí aparece otra problemática a la que la organización se enfrenta en la actualidad. Los donantes son cada vez menos y, no solo eso, sino que cada vez la diversidad de perfiles es menor. ¿Qué quiere decir esto? Los que donan mensualmente son principalmente personas de 50 años en adelante. MSF busca ampliar el rango de edad de los donantes y el principal problema es que el sistema de donaciones y de reclutamiento de donantes no es funcional a ese objetivo. Los canales de comunicación y los procedimientos no están actualizados ni adaptados a las características de ese grupo etéreo. Lograr que un joven done y se inscriba en una suscripción mensual por que un reclutador de MSF lo frena en la calle es casi imposible.

Por otro lado, y para hacer foco en los donantes, es fundamental entender que la distribución de fondos dentro de la organización se ve reflejada de esta manera:

En primer lugar, los fondos privados que conforman el 97,2% del total (aportes de socios y donantes 70,4%, legados 16,2%, aportes de fundaciones 6,2% y de empresas 5,2%, otros 2,1%). En segundo lugar se encuentran los fondos públicos institucionales que comprenden el 1,4% (aportados por los gobiernos de Canadá, Japón y Suiza, UNITAID y otros). En tercer lugar existen otras fuentes que establecen el 1,4% (ingresos por intereses, provisión de equipamiento o servicios a otras organizaciones, artículos promocionales y otros ingresos).³

En lo que respecta a Argentina, en 2020, el 97% de los ingresos provinieron de donaciones particulares. Es decir que 132.240 socios, socias y donantes particulares sostuvieron con aportes económicos mensuales las acciones que desarrolla Médicos Sin Fronteras.

2.5 Métodos de pago

Un factor determinante para entender el porqué de la distribución del financiamiento es la variedad de métodos de pago con el que los colaboradores pueden realizar sus donaciones. Esto representa un gran punto de dolor para la organización ya que la única forma de donar es a través de la página web utilizando tarjetas de débito y crédito. Recuperando lo expuesto anteriormente, los medios de pago no están actualizados ni están contemplando los nuevos métodos que cada vez ganan más popularidad en la sociedad. Al mismo tiempo, la sección de donaciones de la página web tampoco cuenta con interfaces especialmente amigables para con los donantes. De hecho presenta ciertos problemas que afectan la navegación y eventualmente interrumpen la donación. Un ejemplo es que

³ Ver anexo 3

la opción que da acceso al botón donar no se encuentra a simple vista y requiere ir más allá de la landing page de la fundación para poder acceder al mismo⁴.

La complejidad es una característica inherente de casi todos los procesos de donación debido a la cantidad de datos e información personal que requieren, por eso es fundamental que los formatos colaboren y asistan de manera casi automática a los donantes facilitándoles el proceso. De todas formas, este no es un problema específico de Médicos Sin Fronteras sino que recuperando lo aprendido en el benchmark, casi todas las organizaciones que investigamos se enfrentan a problemáticas similares. Cruz Roja, por ejemplo, tiene una única plataforma para realizar las donaciones a la que no es fácil acceder ya que no se relaciona ni se conecta con la página oficial de la organización, con la que aparece de primera mano en el buscador.⁵

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, los donantes de Médicos Sin Fronteras son un conjunto muy homogéneo, la mayoría de ellos se encuentra entre los 40 y los 75 años. Solamente el 4% de los donantes actuales corresponde al rango etario de 20 a 29 años⁶. La organización actualmente no contempla el peso que potencialmente pueden tener las donaciones de un público que quizás no cuenta con ingresos fijos para estar suscripto a un sistema de donación mensual. Ellos evidencian que la mayoría de los jóvenes ni siquiera conocen a la organización y que por eso probablemente no donaría o colaboraría con la misma. En esta misma línea, destacan la importancia de que quienes se involucren en la organización sean perfiles activados, con voluntad de hacer crecer los espacios donde trabajan y por sobre todo establecer un vínculo social y de pertenencia.

En la actualidad, los jóvenes son quienes más buscan involucrarse con las causas sociales para así sentirse parte de un bien mayor. Esta tendencia no significa que todos los jóvenes se conviertan en fieles donantes de organizaciones tales como Médicos Sin Fronteras, sino que sugiere que es una generación que si está dispuesta a realizar donaciones. Para evidenciar esto, cabe referirse a, por ejemplo, el joven influencer Santiago Maratea que constantemente se embarca en recaudar fondos para diferentes causas sociales y ha llegado a reunir grandes cantidades de dinero hablándole a su público. Es importante destacar que este tipo de causas utilizan medios de pago que se adaptan a las plataformas que los jóvenes suelen usar en la actualidad, por ejemplo, Mercado Pago. Otra característica fundamental de este tipo de campañas son totalmente transparentes en relación al recorrido que hace el dinero de los donantes desde que sale de sus billeteras virtuales hasta que llega a los beneficiarios del mismo. Este tipo de recaudaciones son un claro ejemplo de que

⁴ Ver anexo 4

⁵ Ver anexo 5

⁶ Ver anexo 6

comunicando y gestionando las campañas con formas cercanas a las de los jóvenes, es posible llegar a ellos, interpelarlos y hacerlos formar parte de las mismas.

2.6 Encuestas

Para comprender en profundidad y empíricamente cuál era la percepción que tenía el público sobre las donaciones, la ayuda social y sobre Médicos Sin Fronteras, optamos por realizar una serie de encuestas que nos permitieran entender cuál es su opinión acerca de la organización, como se comportan en relación a las donaciones y cuáles son sus motivaciones o desmotivaciones al momento de colaborar, entre otras cosas. Otro objetivo fue comprender a qué se debe la participación poco activa de los jóvenes en los circuitos de donación. A continuación detallaremos el proceso y desarrollo de análisis de los datos adquiridos. Dentro del marco de la investigación grupal se llevaron a cabo dos encuestas.

Una de las encuestas realizadas se llevó a cabo mediante la red social Instagram. La elección de este medio fue motivada principalmente por la alta participación de público joven en la misma. Todos los integrantes del grupo compartieron una serie de preguntas en sus historias y en total participaron, aproximadamente, trescientas cincuenta personas de entre diecinueve y veintiocho años.⁷

La encuesta arrojó resultados muy interesantes acerca de la percepción que tienen los jóvenes acerca de la organización y los circuitos de donación. Un dato que llamó especialmente nuestra atención fue vinculado a la imagen positiva que tiene Médicos Sin Fronteras en comparación a otras organizaciones de ayuda humanitaria. La pregunta fue: ¿Si tuvieran que ayudar a una de estas ONGs a cual elegirías? Unicef, Médicos Sin Fronteras o Cruz Roja. La cantidad de personas que confiaron en Médicos Sin Fronteras para destinar su ayuda duplicó a las que confiaron en Unicef y triplicó a las que confiarían en Cruz Roja. El hecho de que no se tratara de una pregunta abierta -sino que ofreciera opciones- puede en cierto punto quitarle cierta importancia o veracidad a la cifra ya que los encuestados tuvieron que elegir una de las tres opciones brindadas pero de todas formas saber que Médicos Sin Fronteras es elegida por sobre otras organizaciones y tiene un gran rango de potenciales donantes fue un hallazgo de alta relevancia. La segunda pregunta que componía la encuesta apuntaba a entender cuánto conocían los encuestados de la organización. La mayoría conocía de su existencia, sabían que se trataba de una organización de origen francés que se dedicaba a la ayuda médico-humanitaria a poblaciones vulnerables.

⁷ Ver anexo 7

La otra encuesta realizada en el marco de la investigación grupal se hizo mediante Google Forms y fue difundida por WhatsApp. La muestra fue mucho menor a la encuesta realizada por Instagram, en este caso solo se obtuvieron 39 respuestas. En este caso, no se trató de una muestra cuyo rango etario estaba especialmente definido; si bien la mayoría de los encuestados fueron jóvenes de entre 20 y 30 años, también se obtuvieron respuestas de adultos mayores de 30.

Esta encuesta constaba de quince preguntas⁸. Se inició preguntando a los encuestados si conocían a Médicos sin Fronteras y dos tercios de ellos declararon afirmativamente. Continuamos solicitando, tanto a los que conocen la organización como a los que no, que nos cuenten qué palabras se les venían a la cabeza cuando escuchaban "Médicos Sin Fronteras". Las respuestas predominantes fueron palabras vinculadas a la solidaridad o voluntariado y en segundo lugar conceptos de globalidad e internacionalidad. Es destacable cómo el nombre de la organización permitió que muchas de las personas que no la conocían, entendieran que se trata de médicos que brindan ayuda a distintos lugares del mundo.

Para comprender con mayor profundidad, se les preguntó cuáles pensaban que eran los objetivos de la organización. La mayoría de las respuestas tuvieron que ver con brindar servicios de salud, ayuda médica o insumos a zonas vulneradas y en peligro.

Luego se analizó la predisposición de los jóvenes a donar y para esto se inició consultando si alguna vez habían realizado una donación. El resultado fue dividido. Sin embargo, la mayoría de los entrevistados manifestó su interés por realizar un aporte a organizaciones humanitarias aunque reconocían que no lo hacían con frecuencia. Algunos dijeron que el aporte que realizan podría ser dinero y otros sostenían que lo mejor era aportar con su tiempo. Si fuese tiempo, este preferiblemente sería desde sus casas antes que en la calle, por ejemplo, siendo voceros de la organización.

En relación a lo anteriormente mencionado acerca de la importancia que les dan los jóvenes a la ayuda humanitaria, les preguntamos si consideran que la misma necesita más visibilización o si consideran que ya está lo suficientemente difundida y visible. La respuesta predominante fue sí, el 94% respondió que la organización necesita más visibilización. La desinformación conduce a la ignorancia y al poco conocimiento que puede llegar a tener el público objetivo acerca de los logros de la organización, las causas en las que se embarca, las poblaciones a las que ayudan y el impacto de las donaciones de la sociedad. Durante la encuesta también se analizó cómo es la llegada de Médicos Sin Fronteras a este público y para ello preguntamos si veían con frecuencia publicidades de

⁸ Ver anexo 8

la organización. Sólo dos encuestados declararon haber visto alguna publicidad de la organización durante el último tiempo.

Para concluir la encuesta, buscamos saber si se imaginaban nuevas formas de recaudación además de suscripciones, y donaciones online con tarjeta de débito o crédito y transferencia bancaria que incitaran a más personas a donar. Algunas de las respuestas fueron: Códigos de Mercadopago, Crypto monedas, donaciones de insumos o medicamentos, eventos benéficos, capacitaciones de salud pagas, plataformas de financiamiento colectivo, rifas, acciones con influencers y asociaciones con lugares de consumo a fin donde se pueda tener la opción de donar al finalizar una compra.

Los hallazgos de esta encuesta fueron por demás reveladores. Entendimos que el factor confianza es un diferencial para la juventud al momento de decidir colaborar con una organización y por eso lo identificamos claramente como una posible área de intervención para MSF. Hablarle a los jóvenes no solamente tiene como objetivo recaudar dinero; es claro que su poder adquisitivo es mucho menor que el de un adulto trabajador establecido. Hablarle a los jóvenes es, además, una apuesta a futuro. Ellos serán, en unos años, los adultos trabajadores establecidos que formarán parte del grupo de donantes más representativo de la organización o incluso los profesionales que trabajarán en ella. Por eso, atraerlos y acercarlos a la organización desde antes es una decisión estratégica acertada.

Si bien las muestras de los encuestados que respondieron tanto en Instagram como en Google Forms no son suficientes para construir conclusiones determinantes sobre la postura de todos los jóvenes, sí consideramos las respuestas como una fuerte orientación para entender de forma más general al objeto de estudio.

2.7 Entrevistas

Para profundizar nuestra investigación entrevistamos a una enfermera que trabaja en Médicos Sin Fronteras desde 2016. Esto nos permitió indagar en aspectos más específicos de la organización y entender como funciona puertas adentro.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, Sofía Piñeiro es una enfermera que trabaja en MSF desde hace más de 5 años. Ella cuenta con un blog donde publica y comparte su experiencia⁹. Desarrolla en

⁹ Ver anexo 9

profundidad lo que conllevan las misiones que realiza como enfermera, cuenta acerca del esfuerzo tanto físico como emocional que todo esto demanda y hace comentarios personales acerca de lo que se siente vivir en constante movimiento y dedicar su vida a salvar las vidas de otros.

Al entrevistarla, realizamos una serie de 11 preguntas. Al momento de la entrevista ella estaba en medio de una misión en Chaco y eso atenta contra la posibilidad de conectarnos en simultáneo y conversar, por eso optamos por llevar a cabo la entrevista por medio de mensajes escritos de WhatsApp. El objetivo fue entender sus motivaciones personales. En otras palabras, por qué eligió Médicos Sin Fronteras como organización para trabajar, cómo suelen ser los días laborales allí, cuáles son los mayores desafíos del trabajo y a cuáles tuvo que enfrentarse personalmente. Todas las preguntas fueron elaboradas con el fin de comprender la experiencia del trabajador dentro de esta organización.

Al leer sus respuestas, fueron varias las cosas que nos llamaron la atención y que comenzamos a categorizar como posibles áreas y oportunidades de intervención. La demanda que el trabajo genera es muy notoria, todos los que trabajan allí deben renunciar a sus trabajos anteriores, dejar sus casas y a sus familias por tiempos supuestamente determinados. ¿Por qué supuestamente? La organización abandona el destino una vez finalizada la misión y el tiempo de duración es estimado; una vez allí hay muchos factores que pueden alargar o alterar el cronograma pensado. La responsabilidad que tienen dentro de las misiones son altas, hay poblaciones enteras que dependen del personal de MSF y la cantidad de profesionales a veces no es proporcional a la cantidad de personas a las que atienden.

Además, nos comentó que los beneficios de la experiencia se ven atravesados por una satisfacción personal. El mayor atributo que Médicos Sin Fronteras deja en sus trabajadores, es la gratificación de ayudar. Sentir que uno está haciendo algo por el otro y que, de alguna manera, está salvando a una población.

Tanto las encuestas como esta entrevista arrojaron información muy relevante acerca de la realidad de Médicos Sin Fronteras tanto puertas adentro como puertas afuera de la organización. Ambas herramientas nos dieron la posibilidad de entender los puntos débiles e identificar posibles áreas de intervención para poder pensar en mejorar la experiencia tanto de los trabajadores como de los donantes.

2.8 Conclusiones

Dada la amplitud y la extensión de la investigación llevada a cabo para generar un acercamiento al universo de la ayuda médico-humanitaria de la organización Médicos Sin Fronteras, creemos pertinente desarrollar una conclusión que recupere los hallazgos más importantes de la misma. La investigación nos permitió encontrar diversas áreas de oportunidad que responden a la problemática planteada por la organización y atravesada por tres pilares; el trabajar dentro de la misma, el colaborar con la organización y la comunicación a los donantes.

El foco de las propuestas de oportunidad es mejorar la experiencia de los trabajadores de la organización, como así también en ampliar el espectro de los donantes entendiendo que no solo aquellos que tienen ingresos fijos son los que están dispuestos a donar sino que los más jóvenes pueden ser grandes potenciales. En ambos casos, se intenta interpelar al nuevo público juvenil con aquellas cosas que hoy en día los atraen, con experiencias diferenciales que otorguen una validación y un beneficio tanto a los usuarios como a la organización. Mejorando la experiencia de quienes trabajan dentro de ella como así también de quienes pueden ser donantes y colaboradores.

Una de las primeras áreas de oportunidad identificadas fue en el universo de las donaciones. Comprendimos que cada vez son menos y que el rango etario de los donantes no incluye a los jóvenes. Ampliar el espectro, entonces, sería una gran oportunidad para que la organización crezca y se desarrolle. En el primer encuentro con personal de la organización, en el cual nos plantearon el desafío, verbalizaron que tienen como objetivo ampliar el rango etario de los donantes y convocar y atraer a los jóvenes mediante actividades que se adapten a la actualidad. Es necesario, como mencionamos anteriormente, profundizar en las comunicaciones y entender cuáles son las maneras de atraer a estos nuevos públicos.

Otro punto de dolor detectado en línea con las donaciones hace referencia a que muchas personas aún desconfían del proceso de la donación y esto es lo que las limita a suscribirse. Las donaciones no tienen transparencia y no brindan la tranquilidad necesaria para que los potenciales donantes sepan y conozcan el recorrido de su dinero una vez que fue depositado en la organización.

Otra posible área de intervención tiene que ver con la trazabilidad de recursos, la fidelización y retención del donante. Encontramos una oportunidad de mejora para generar fidelización en los jóvenes, siendo ellos el porcentaje de donantes más pequeño de la organización. Buscamos a partir de esto, expandir su involucramiento con Médicos Sin Fronteras a partir de un proceso de fidelización emocional.

Como resultado de la amplia investigación grupal y de la detección de posibilidades de mejora concretas, se gestaron siete proyectos individuales que nacen de siete oportunidades detectadas y

abordan una solución pertinente y determinada. Presentamos entonces un breve resumen de las siete oportunidades que luego será desarrollado con profundidad en cada uno de los proyectos individuales.

- La divulgación de la ayuda. *"Una que sepamos todos con el fin de que todos sepamos sobre Médicos Sin Fronteras"*. Esta experiencia busca que la organización pueda ampliar su espectro de donantes, su staff de trabajadores tomando a las edades más jóvenes como potenciales para ellos. Involucra a esas edades impensadas para Médicos Sin Fronteras ya que según ellos no tienen los fondos ni la independencia económica para donar como impulsoras y difusoras de la misión, visión y valores de la organización.
- La experiencia del trabajador dentro de la organización. *"Sumate al flash"* es una experiencia de trabajo anual en Médicos sin Fronteras. El fin de esta se trata de potenciar los deseos de los jóvenes al trabajar para, de esta forma, motivarlos a que elijan esta organización por sobre otro trabajo haciendo al mismo un trabajo placentero, de disfrute y de crecimiento personal tomando acción sobre lo que ellos necesitan hoy en día.
- El involucramiento de los jóvenes en Médicos Sin Fronteras de manera participativa y colaborativa. Generar un plan de acción sobre el modelo de comunicación y el modelo de ingresos de la organización modificando algunos aspectos actuales y añadiendo nuevos como un programa de incentivos para jóvenes.
- Generación X MSF es un evento destinado a los jóvenes en el que, gracias a una serie de actividades especialmente diseñadas, buscamos generar un vínculo emocional con la organización a través de la fidelización. Este proceso no solo tiene como objetivo aumentar la base de donantes jóvenes, sino también, lograr que se sientan identificados con la organización y con los valores que esta representa.
- *"El Donante es el Centro"*. Integrar al público joven a través de una aplicación con un sistema de fidelización gamificado con beneficios y estén conectados en una red con otros jóvenes donantes para fomentar el vínculo, la participación y las acciones solidarias.
- Incrementar el número de donaciones provenientes del público menor a 30 años mediante la apelación de los sentimientos, buscando que empaticen con las víctimas de catástrofes a través del arte instalativo.
- Una aplicación móvil que acompañe a los trabajadores de la salud y los ayude con sus principales puntos de dolor durante toda la experiencia. Surge a partir del hallazgo de que los médicos interesados en la ayuda humanitaria sienten ansiedad e incertidumbre sobre el proceso y su futuro cuando aplican para trabajar en MSF.

3.0 Transición

Con el objetivo de seguir profundizando en la investigación desarrollada grupalmente decidí interiorizarme más en las experiencias de los médicos y enfermeros dentro de la organización y de cómo está cambiando su forma de trabajar. Médicos Sin Fronteras se acercó a nosotros con un problema claro: la organización tiene una deserción actual del veinte por ciento luego de la primera misión. Con el propósito de llegar a la raíz de este problema, considero necesario conocer y comprender tanto las nuevas tendencias de trabajo en la actualidad como las características de las personas que son parte de ese veinte por ciento desertor y las especificaciones de la organización empleadora.

Entender qué ofrece Médicos Sin Fronteras y que esperan o necesitan los potenciales trabajadores de la organización nos permitirá identificar los puntos en común y las diferencias entre esos dos universos para así lograr detectar el área de oportunidad y desarrollar una posible solución.

El primer paso para comenzar a interiorizarnos en los usuarios fue llevar a cabo una encuesta a jóvenes en búsqueda de trabajo de diferentes disciplinas. El objetivo de la misma era conocer qué buscaban los profesionales o estudiantes cercanos a graduarse en un trabajo, que valoraban y que expectativas tenían del mismo. La encuesta constaba de cinco preguntas que estaban estrictamente relacionadas con las motivaciones a la hora de trabajar: cómo sería su trabajo ideal y cuáles son los beneficios que más llamaban su atención a la hora de elegir un trabajo por sobre otro. La mayoría de las respuestas daban cuenta de las ansias por encontrarse con nuevos desafíos y la necesidad de aprender y capacitarse durante el proceso laboral. También se mencionó la importancia acerca del ambiente laboral, y el grupo que lo conforma. Por último, un comentario de gran relevancia fue uno que remarcaba la necesidad presente en los jóvenes por comenzar cosas que van a poder finalizar. Las respuestas arrojadas por esta primera encuesta ya comenzaban a dar indicios de la forma en la que Médicos Sin Fronteras podría ajustar sus ofertas laborales teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los jóvenes a los que intenta atraer. Otro resultado revelador que surgió fue la forma en la que los jóvenes de hoy en día buscan flexibilidad en sus trabajos. En ese sentido, se busca poder elegir los momentos de trabajo, los horarios, si uno quiere ir presencial o si prefiere trabajar de forma virtual. Requieren tomar decisiones en el trabajo para organizar sus propias agendas en base a sus comodidades y conveniencias. Para esto es necesario que los procesos sean cada vez más ágiles y veloces debido a los usos de la tecnología.

Por otro lado, también se llevó a cabo una encuesta a reclutadores con el objetivo de entender qué aspectos tenían en cuenta a la hora de contratar a un nuevo profesional para incorporar a la empresa. Se realizó un sondeo exploratorio - vía whatsapp - que comprendió a tres reclutadores a los cuales se les pidió que respondieran cinco preguntas. Los seleccionados fueron jóvenes reclutadores, de entre veintidós a veintiséis años de la empresa argentina de tecnología Globant. Por último, y en relación a la agilidad de los procesos mencionada anteriormente, se descubrió que hoy en día tanto quienes reclutan como quienes buscan trabajo, se interesan por procesos que sean sean eficientes y efectivos.

Las preguntas buscaban comprender qué aspectos se valoran a la hora de contratar a alguien, comprender cómo son las nuevas formas de trabajar y cómo es que creen que van a ser los trabajos en el futuro. Uno de los principales descubrimientos revelados por esta encuesta que que la remuneración o recompensa económica no tiene el mismo peso que tenía hace unos años ya que en la actualidad, ofrecer capacitaciones y aprendizajes y experiencias únicas es más valorado que un sueldo elevado.

Las respuestas obtenidas en ambas encuestas nos permitieron comprender en profundidad los dos actores involucrados en la problemática que nos acercó Médicos Sin Fronteras. Por un lado, se profundizó en el universo de los jóvenes en búsqueda de trabajo y por el otro, el universo de los profesionales que reclutan personal para incorporar a sus empresas u organizaciones.

Adicionalmente, se hizo un análisis acerca del trabajo del futuro en términos de tendencias. En este se comprendió que cada vez se intenta más que los profesionales tengan una gran capacidad para resolver problemas, lograr adaptarse a los diferentes y nuevos entornos, desarrollar las habilidades humanas y de trabajo en equipo así como la empatía. Se buscan profesionales que tengan habilidades de aprendizaje activo estratégico. Todas las características mencionadas anteriormente son esenciales para poder adaptarlas a una organización como Médicos sin Fronteras, para así poder contar con un fuerte cuerpo de profesionales que les permitan crecer día a día.

Como última instancia de la investigación personal, decidí realizar una entrevista¹⁰ a una enfermera que hoy en día trabaja en la organización. Las preguntas de esta entrevista fueron apuntadas a su experiencia laboral dentro de Médicos Sin Fronteras. Según sus comentarios comprendí que las principales razones de deserción del personal residen en que lo que exigen en la organización es un

¹⁰ Para conocer la entrevista completa ver el anexo 10.

trabajo de mucha intensidad, con un enorme compromiso de vida que afecta los proyectos personales y familiares a futuro y al estilo de vida al que se aspira. Es un trabajo que conlleva mucho compromiso, distanciarse de los seres queridos, las rutinas y los contextos para involucrarse en una causa cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de diferentes personas en todas partes del mundo.

A modo de conclusión, y recuperando los descubrimientos más relevantes de la investigación tanto grupal como individual, comprender las experiencias de los trabajadores dentro de la empresa, conocer las necesidades y las expectativas de los jóvenes de hoy a la hora de buscar trabajo y entender las cualidades que valoran y los procesos que llevan a cabo los reclutadores para incorporar talento a sus empresas y organizaciones nos permitió entender el panorama general del problema planteado por la organización. La deserción del veinte por ciento por parte de los trabajadores de campo en Médicos Sin Fronteras luego de la primera misión es un problema que forma parte de un universo mayor a la organización y que involucra a diferentes actores. La investigación logró un entendimiento profundo de los mismos y permitió la detección del área de oportunidad de intervención.

3.1 Oportunidad

Como resultado de la profunda investigación, resulta pertinente desarrollar la oportunidad de intervención detectada. Sin dudas Médicos Sin Fronteras es una marca con muchas fortalezas a la hora de competir con otras para emplear a jóvenes médicos y enfermeros en busca de trabajo pero aún así, el número de aplicantes es bajo y las razones son variadas. Por un lado, pueden estar relacionadas con los requisitos de admisión. Los postulantes deben contar con el conocimiento de tres idiomas: inglés, francés y español. Además, contar con al menos dos años de experiencia laboral y una disponibilidad mínima de doce meses. Retomando los puntos más relevantes de la investigación individual, las experiencias laborales que ofrece la organización no están alineadas con las necesidades y las expectativas que tienen los jóvenes médicos y enfermeros a los que están dedicadas las ofertas laborales.

Médicos Sin Fronteras cuenta con mucho personal además de los propios médicos y enfermeros que trabajan en el terreno. Dentro de la organización también hay personal administrativo y de logística, encargado de tareas como, por ejemplo, el armado de carpas y el traslado de insumos en las misiones. De todas formas, el abordaje de este trabajo tiene como foco principal los trabajadores de campo, es decir, los médicos y enfermeros. El interés en este grupo tiene una razón muy clara. En primer lugar, es el personal que sostiene el espíritu de la organización. Además, es el que tiene las

experiencias más arduas y desafiantes durante las misiones, características que hacen que las mismas duren poco y se conviertan en experiencias efímeras. A esta altura, resulta pertinente recuperar el dato que sostiene que la deserción del personal de campo supera el veinte por ciento del total luego de la primera misión.

Recuperando los hallazgos de la investigación, es correcto afirmar que lo que ofrece hoy Médicos Sin Fronteras para los trabajadores no resulta atractivo para los jóvenes médicos y enfermeros y atenta contra la posibilidad de que ellos consideren el trabajo en la organización como un trabajo estable y sostenible en el tiempo y no como una experiencia pasajera. El nivel de rotación generado por este desencuentro entre la oferta laboral y las expectativas de los potenciales trabajadores representa un problema para la organización.

El trabajo de campo en las misiones de Médicos Sin Fronteras es sacrificado y exigente, y eso es algo que la organización no va a poder cambiar, son características propias de esa experiencia. Por otro lado, las expectativas y necesidades de los jóvenes médicos y enfermeros también es algo que excede a la organización, es propio de esa fuerza laboral. Eliminar la diferencia entre las expectativas de los trabajadores y la oferta de la organización no está al alcance de Médicos Sin Fronteras, pero apropiarse de lo que hoy representa un problema y tratar de convertir ese resultado negativo en algo positivo sí.

Es por eso que la oportunidad para la organización es clara, apropiarse de la rotación de personal entendiendo que no hay nada que puedan hacer para eliminarla completamente. ¿Cómo? **Rediseñando la propuesta laboral para los médicos y enfermeros para incentivar a más trabajadores a vivir su paso por Médicos Sin Fronteras como una experiencia de carrera.** La construcción de una propuesta laboral que contemple las necesidades y las expectativas de los jóvenes médicos y enfermeros logra volver la experiencia MSF atractiva para ellos y así acercarlos a la organización.

4.0 Sistema Solución

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, la oportunidad detectada se basa en la posibilidad de diseñar una experiencia para ofrecerle a los potenciales médicos y enfermeros de MSF que esté más alineada a sus necesidades. Esto logrará que el trabajo dentro de la organización sea una posibilidad de trabajo real y una experiencia de carrera y que no sea descartada por lo sacrificada que resulta.

Descubrimos que uno de los principales factores de la percepción que tienen los potenciales trabajadores de MSF acerca del trabajo en la organización -demasiado sacrificio y poco compatible con la planificación a futuro de la vida personal- es la indeterminación del tiempo que va durar el trabajo. Es por eso que ahí es donde yace el núcleo de la intervención, en proponer una experiencia que tenga una duración predeterminada para que los trabajadores sepan que todo lo que resignan para poder formar parte de MSF tiene una fecha de finalización.

Recuperando lo expuesto en la investigación, las nuevas generaciones están llenas de personas que buscan cambios constantes. El ámbito laboral no es una excepción, los trabajadores no perduran por un largo período de tiempo en una misma empresa, sino que buscan enfrentarse a nuevos desafíos constantemente. Buscan cosas que empiecen y terminen.

Para poder diseñar el sistema solución, fue de gran utilidad la construcción de un Diagrama de Venn (Figura 1) que emparentaba los beneficios de trabajar en Médicos Sin Fronteras y los deseos o expectativas de la nueva generación de jóvenes al momento de valorar una oportunidad laboral. La intersección de estos dos mundos dio como resultado los aspectos del programa que serían fundamentales para atraer al usuario objetivo.



Figura 1 Diagrama de Venn los beneficios de trabajar en MSF y lo que buscan los millennials.

Sumate al flash es la propuesta que responde a la oportunidad detectada. Es un programa de aproximadamente un año de duración -entre la capacitación y la preparación previa y la misión en el destino asignado- que invita a los jóvenes médicos y enfermeros a ser parte de MSF.

El objetivo es lograr que esta experiencia Flash tenga el mismo impacto que tienen hoy las misiones de la organización en la vida profesional de los médicos. En otras palabras, la experiencia será similar, van a aprender y enfrentarse a desafíos que los preparen para trabajar en situaciones de apuro extremo con pocos recursos, lo único que cambiará será el tiempo y la organización de la misma. Médicos Sin Fronteras seguirá ofreciendo experiencias laborales de crecimiento personal y profesional. El trabajo va a seguir enfocado en que los médicos aprendan trabajando en el campo, conozcan nuevas culturas, logren salir de su rutina y de su zona de confort. Se mantendrá, entonces, todo aquello que los médicos hoy valoren de estas experiencias y se tratará de adaptar todo lo que ven como negativo a sus necesidades.

Sumate al Flash es una propuesta que beneficia a los médicos que quieren formar parte de las misiones de la organización pero que hoy consideran que las experiencias son demasiado sacrificadas. Ahora bien, es importante entender que incorporar esta propuesta también trae grandes beneficios a Médicos Sin Fronteras. En primer lugar, al ser más atractiva para los médicos jóvenes, el constante intercambio con esta generación va a lograr que conozcan más en profundidad a este grupo y que a futuro utilicen ese conocimiento para diseñar diferentes propuestas que estén alineadas con sus características. Además, la experiencia anual logra que MSF se apropie de lo que hoy considera una gran desventaja; la rotación continua de personal. “Si no puedes contra el enemigo, únete a él”. De alguna forma, apropiarse de las limitaciones en lugar de tratar constantemente de eliminarlas logra que la organización se nutra y crezca desde aspectos que no había experimentado antes.

4.1 Etapas

Para garantizar el desarrollo integral de una experiencia atractiva de principio a fin, es importante tener en cuenta que las misiones de Médicos Sin Fronteras se empiezan a vivir desde antes de llegar al destino elegido y terminan algo después de volver. ¿Cómo es esto? Para acercarse a los jóvenes médicos y enfermeros con una oferta de trabajo adecuada a sus necesidades y experiencias es necesario tener en cuenta todas las etapas de la misma, comenzando por la comunicación y el reclutamiento, pasando por la capacitación e incluyendo también la vuelta a la rutina. Es por eso que Sumate al Flash está compuesta por cinco etapas centrales que el potencial trabajador de campo

-joven médico o enfermero que formará parte al que llamaremos *flashero*- tendrá que atravesar para completar su experiencia.

El entendimiento del programa Sumate al Flash como un sistema yace en la complementación de estas cinco etapas que contemplan todos los puntos de contacto que tienen los médicos y enfermeros con la organización. Cabe destacar que cada etapa fue diseñada basándose en la investigación previamente realizada con respecto a las tendencias de trabajos futuros y las necesidades y expectativas que tiene la nueva generación al momento de elegir un trabajo.

En los siguientes apartados se desarrollará en profundidad el proceso de diseño y las características y especificaciones de cada etapa indagando tanto en los principales atractivos para los usuarios como en los beneficios que estas modificaciones o ajustes traen para la organización.

4.1.1 Conocimiento

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, el sistema Sumate al Flash está compuesta por cinco etapas que abarcan toda la experiencia de los jóvenes médicos y enfermeros, desde que conocen el programa, hasta que vuelven de la misión. La primera etapa es la de Conocimiento. En esta, el objetivo principal es la divulgación del programa Sumate al Flash. Es fundamental que la comunicación de Médicos Sin Fronteras se acerque y se adapte a la audiencia a la que quiere hablar, en este caso, las nuevas generaciones.

Con el objetivo de que la organización tenga presencia en los medios que estos usuarios consumen y que a partir de esto se genere una buena imagen de la misma se decidió utilizar un tono simple y relajado pero que no pierda credibilidad, profesionalismo y persuasión. Esto logrará interpelar a los jóvenes y generar la curiosidad suficiente para que tengan la motivación de buscar más información acerca de esta nueva experiencia.

En este apartado, resulta pertinente profundizar en la elección del nombre de la experiencia; Sumate al Flash. El tiempo y la duración son factores diferenciales de esta propuesta, es por eso que desde el primer paso para pensar en el nombre la decisión fue que el mismo remitiera al tiempo. Otra decisión que fue tomada desde el inicio fue la del tono de voz que se iba a utilizar, por eso el desafío fue encontrar una palabra o un nombre que remitiera al tiempo en el vocabulario que están acostumbrados a utilizar los jóvenes a los que esta propuesta apunta. Fue así como surgió utilizar el término flash y construir el nombre definitivo de la experiencia; Sumate al Flash (Figura 2)



Figura 2: Logo de Sumate al Flash

Indagando aún más en el significado de esta palabra en la jerga juvenil, se encontraron hallazgos que siguen justificando la elección del nombre. Cuando las nuevas generaciones utilizan el término *flash* hacen referencia a situaciones interesantes que se atraviesan con entusiasmo y alegría. Un *flash* es algo inesperado, que llama su atención y da que hablar. Por otro lado, el término utilizado en el universo de la fotografía también se relaciona con el espíritu que la experiencia, intensidad en un tiempo acotado de tiempo.

El tono de voz utilizado para el resto de la comunicación de la propuesta está en la misma línea que el nombre. El tono imperativo de la palabra *Súmate* se eligió porque en los principales medios de comunicación que los jóvenes utilizan hoy en día también se utiliza.

En relación a la estética que se utilizará para comunicar esta experiencia se tomaron decisiones en relación a la paleta de colores, tipografía e iconografía para construir un key visual que pueda replicarse en todas las piezas de comunicación. En cuanto a la paleta de colores, se mantendrá la misma que tiene la organización; rojo, blanco y negro. La tipografía elegida es Helvética; simple y atemporal. Por último, en relación a la iconografía, se diseñó un logo que pudiera identificar esta experiencia y que acercará la visual al lenguaje utilizado por esta nueva generación. El rayo dibujado con un trazo grueso y a mano alzada logra este efecto.

Con la estética y el tono de voz ya definidos, se decidió que los medios por los cuales se comunicaría esta experiencia serían Twitter, Instagram y LinkedIn. La nueva generación utiliza estas redes como canales de información, es decir que mediante estas redes los usuarios van a poder no solo conocer y ver de qué se trata la experiencia sino también profundizar sobre todos los aspectos que suceden aquí dentro y comenzar a ser parte de esta *comunidad flashera*.

Con el objetivo de visualizar como sería la comunicación en alguno de estos medios construimos algunas piezas para compartir en Instagram (Figura 3). En esa imagen se puede observar como la identidad visual elegida se mantiene y se replica en diferentes piezas. El objetivo es ser claro y generar *engagement* por eso la información que se brinda es concreta y comunica lo justo y necesario.

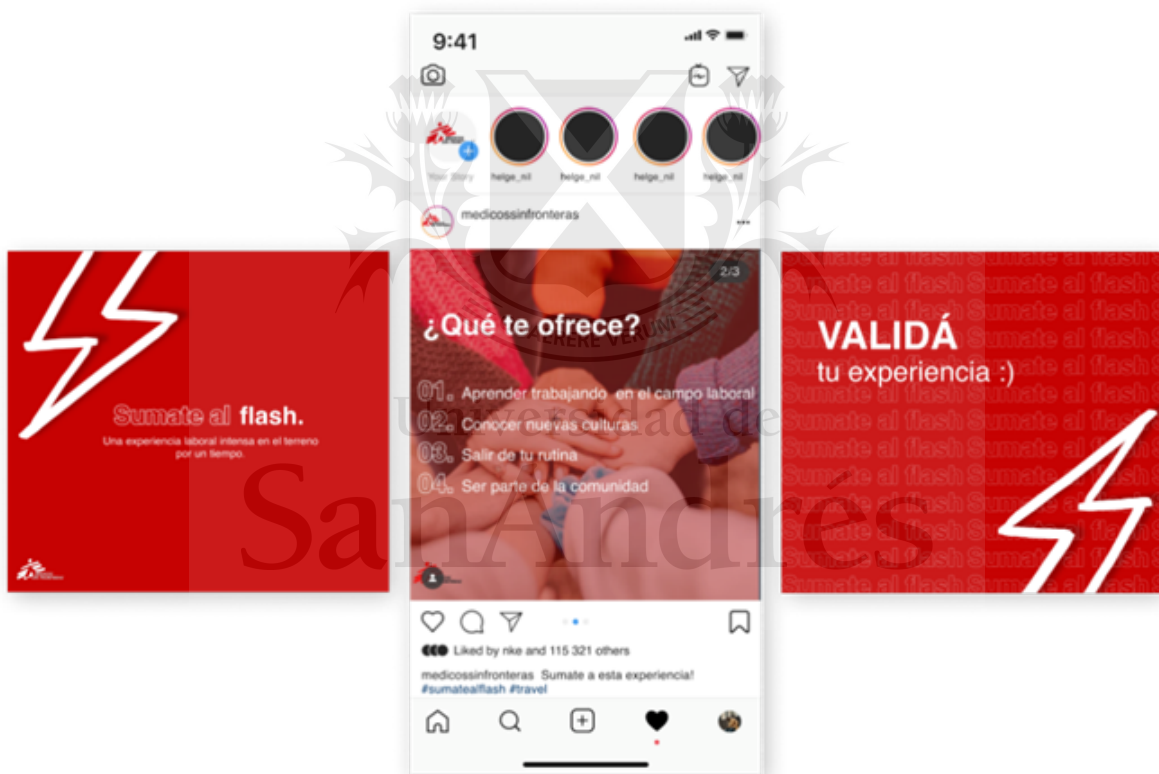


Figura 3: Comunicación en Instagram

La comunicación de LinkedIn también mantendrá la identidad visual y comunicacional construida para *Súmate al Flash* pero será adaptada a los códigos de esa red social. Dentro de esa plataforma se busca mostrar el interior de la organización, dar a conocer las actividades, los logros y mostrar fotografías de los jóvenes dentro de las misiones.

Recuperando los principales puntos expuestos en este apartado, es relevante remarcar que si el objetivo es ampliar el alcance de la organización en redes y llegar a los jóvenes es necesario entender y acoplarse a su lenguaje y al tipo de contenido que consumen. La información que se comparte debe ser relevante para ellos, por eso en todas las piezas el objetivo es remarcar los beneficios que la propuesta ofrece; aprender trabajando en el campo, conocer nuevas culturas, salir de la rutina y ser parte de una comunidad.

Profundizando en la idea de formar parte de una comunidad, todos los posteos que estén relacionados con la experiencia Flash utilizarán un hashtag que los identifique y los agrupe. La comunidad no tiene que ver solamente con los médicos que forman parte de la experiencia una vez, el objetivo es involucrar también a los futuros médicos y enfermeros que formarán parte y a todos los que se ven beneficiados por este programa. La sinergia es una parte fundamental de Médicos Sin Fronteras, por eso la idea de crear una comunidad que comparta como cada actor involucrado aporta su granito de arena a una causa común es fundamental para seguir comunicando con el espíritu de la organización. Este concepto de comunidad se genera de diferentes maneras, una de ellas es mediante las redes ya que tanto la organización, como quienes vienen a ser parte de la experiencia van a estar constantemente compartiendo lo vivido, divulgando orgánicamente el programa Súmate al flash. También buscamos que haya una constante comunicación entre quienes ya son flasheros y quienes quieren o están comenzando a serlo, para ayudarse, aprender del otro y generar nuevos vínculos, compartiendo sus experiencias personales.

La etapa de conocimiento es fundamental para el programa ya que es el primer paso mediante el cual nos acercamos a ellos. La presencia de la organización en redes y la generación de la comunidad construida a partir del flujo de imágenes, comentarios y piezas de comunicación tanto por parte de la marca como por parte de los mismos médicos o enfermeros que formarán parte de la experiencia flash genera un crecimiento orgánico y sostenido en el tiempo. De esta forma, se divulga tanto el programa como las experiencias personales de cada médico o enfermero que forma parte de esta comunidad.

4.1.2 Reclutamiento

Seguida de la etapa de *Conocimiento* está la de Reclutamiento. El objetivo de la misma es encontrar los jóvenes médicos que mejor se ajusten a los perfiles sobre los cuales se diseñó esta experiencia. ¿Qué quiere decir esto? Se busca encontrar perfiles que tengan las necesidades, características e inquietudes que se tuvieron en cuenta al momento de construir una propuesta adecuada a las mismas. Jóvenes médicos y enfermeros que quieran salir de su rutina, atravesar experiencias

laborales nuevas, conocer diferentes lugares y culturas y crecer profesionalmente en situaciones desafiantes.

Actualmente, el medio principal que utiliza MSF para reclutar médicos y enfermeros para incorporar a la organización es LinkedIn. Es la red más utilizada por los jóvenes para encontrar trabajo y para estar en contacto constante con organizaciones y futuras marcas empleadoras. Además de utilizar esta red, Médicos Sin Fronteras también busca perfiles que se adapten a sus búsquedas profesionales mediante los reclutadores de calle. El contacto de la organización con su audiencia y con futuros empleados es una estrategia muy propia y aunque el principal objetivo de la misma es ponerse en contacto con los donantes, también es utilizada, en menor medida, para reclutar personal.

Recuperando lo expuesto anteriormente, la experiencia Sumate al Flash busca transformar todas las etapas de un trabajo en MSF poniendo en el centro a los jóvenes que la organización busca reclutar. Resulta pertinente recordarlo a esta altura ya que, además de mantener las dos estrategias de reclutamiento actuales con las que cuenta la organización, Súmate al Flash incorpora las alianzas con Universidades como método de reclutamiento. A pesar de que para formar parte de la organización un requisito importante es contar con dos años de experiencia, las alianzas con Universidades de Medicina son muy poderosas para el reclutamiento de personal ya que funcionará como un incentivo a los jóvenes mientras estudian y ya se posiciona como una posibilidad concreta para aquellos futuros profesionales más curiosos.

Ahora bien, si los estudiantes de medicina no pueden sumarse a la experiencia Flash porque no cumplen con los requisitos de experiencia, ¿cómo se materializaría esta alianza y de qué forma esto representaría un beneficio para la organización? La idea es que Médicos Sin Fronteras ofrezca clases especiales de trabajo de campo o de emergencias, charlas compartiendo testimonios, talleres o diferentes actividades en las universidades para que el programa de Sumate al Flash comience a posicionarse como una posibilidad más cercana para los futuros médicos.

Recuperando lo aprendido en las entrevistas con reclutadores y con los mismos jóvenes en edad de buscar su primer trabajo, un deseo que se repetía mucho era el de vivir una experiencia en el exterior como los intercambios que ofrecen las universidades o los programas de Work and Travel.¹¹ Profundizando en por qué este tipo de experiencias eran tan atractivas para este grupo y cómo habían ganado su popularidad entendimos que el boca en boca y el escuchar testimonios de pares

¹¹ Experiencia en donde a jóvenes estudiantes se les otorga una visa de trabajo corta en países del exterior con diferentes oportunidades de empleo. Usualmente trabajo manual o ligado al área de turismo.

que hayan atravesado esa experiencia es uno de los- por no decir el principal- medio de divulgación de las mismas. Es por eso que la idea de que parte del personal de Médicos Sin Fronteras comience a compartir sus experiencias -ya sea dentro del programa Flash o fuera del mismo- es una gran estrategia para atraer a los futuros médicos a la organización.

De acuerdo a lo que se mencionó anteriormente, uno de los requisitos que tiene la organización para incorporar a los médicos o enfermeros es que cuenten con dos años de experiencia en el área en la que quieren trabajar. Este no es el único requisito, de hecho, las condiciones para formar parte de MSF son muy estrictas y esta es una de las áreas en las que no hay muchas posibilidades de intervención. Médicos Sin Fronteras es una organización de gran tamaño y de mucha antigüedad y hay ciertos aspectos en los que intervenir o proponer cambios no es una posibilidad. Las condiciones de contratación forman parte de ellos. Otro requisito es que los postulantes sepan hablar inglés, francés y español y que cuenten con una disponibilidad mínima de 12 meses para la misión.

A modo de conclusión, resulta correcto recuperar los pilares más importantes de esta etapa. Por un lado, y manteniendo las formas a las que MSF estaba acostumbrado, la organización reclutará personal mediante LinkedIn y reclutadores de calle. Además, se incorporarán las alianzas con Universidades para posicionar y acercarle un programa a los futuros profesionales que se adecúe a sus necesidades y deseos profesionales; aprender en el campo durante períodos determinados de tiempo permitiéndoles también el intercambio cultural y el crecimiento personal.

4.1.3 Capacitación

Una vez que Sumate al Flash ya cuente con el personal que va a formar parte de esta experiencia, producto de las previas etapas de conocimiento y reclutamiento, es momento de la capacitación. El objetivo principal de esta etapa es brindarles toda la información y formación necesaria para vivir esta experiencia.

Todas las etapas del programa Súmate al Flash se diseñaron con el usuario en el centro, teniendo en cuenta sus necesidades, sus gustos, intereses y características. Para esta generación, la utilización e implementación de diferentes herramientas o actividades que dinamicen el proceso de aprendizaje es fundamental. El contenido teórico que necesitan incorporar en esta etapa va a aparecer en bloques cortos, claros y concretos. Además, la formación más teórica se complementará con dinámicas grupales que tienen como objetivo fortalecer el *team building* y la socialización entre los participantes del programa. El factor social dentro del estudio es de gran peso para este grupo de personas.

La diversidad de herramientas y actividades que forman parte de la capacitación es análoga a la diversidad de momentos y situaciones que van a atravesar en el trabajo de campo. Esto potenciará la espontaneidad y los ayudará a acostumbrarse a situaciones de constantes cambios, atributos que son necesarios para atravesar favorablemente la experiencia. La etapa de capacitación tiene como objetivo principal anticiparse a todos los problemas o inconvenientes que puedan presentarse durante las misiones.

El contenido teórico es importante, pero los que reciben la capacitación son profesionales de la salud con mínimo dos años de experiencia, están por demás preparados para enfrentar los desafíos médicos que se puedan presentar. Por eso, lo importante es capacitarlos y comenzar a aclimatarlos y a situarlos en las condiciones en las que van a hacer su trabajo. Situaciones extremas con pocos recursos, cambios constantes, necesidad de tomar decisiones rápidas y de adaptarse a las posibilidades que el contexto permite. Muchas de las actividades tratan de poner a los médicos en diferentes roles para que comiencen a situarse en cómo será el trabajo en el campo, buscando potenciar las capacidades de liderazgo, contacto con los pacientes, toma de decisiones en situaciones de estrés y demás.

La capacitación dura en total 400 minutos, distribuidos equitativamente en 10 días hábiles resultando en 10 clases -entre presenciales y virtuales- de 40 minutos. En cada clase se profundizará uno o dos tópicos de relevancia (Figura 4)



Figura 4: Objetivos y tópicos principales de cada clase

Para cumplir los diferentes objetivos y cumplir con los tópicos planteados para cada clase de manera dinámica y llevadera, algunos encuentros van a ser más orientados a la teoría, otros más a la recreación y actividades lúdicas o de socialización y otros con ambos componentes.

De acuerdo a lo expuesto en la etapa anterior, MSF es una organización antigua y tradicional, y por eso hay ciertos aspectos que están establecidos y no sujetos a posibles cambios. Actualmente la organización capacita a los médicos antes de las misiones y de hecho es algo que se hace años. Por eso, en la experiencia Sumate al Flash, el contenido de la capacitación va a ser el mismo que brinda la organización para otras misiones. La experiencia y la antigüedad de la misma le dan la idoneidad necesaria para poder decidir que contenido brindar en las capacitaciones. La principal diferencia de esta capacitación con las otras es quizás la forma, la modalidad o la distribución de ese contenido. Incorporar diferentes medios como videos o actividades más lúdicas para transmitir el conocimiento de otra manera adecúa la capacitación a las características del público objetivo del programa. En la Figura 5 están detalladas más en profundidad las actividades, herramientas y medios que se llevarán a cabo y se utilizarán para abordar los diferentes temas en cada clase.

capacitación				
día 1	día 2	día 3	día 4	día 5
Presentación de tópicos y experiencia, cronograma y conocerse entre trabajadores, juegos rompe hielos.	Tema 1 , introducción de msf y dinámicas de las misiones.	Teoría corta y concisa sobre aspectos esenciales que tienen que tener durante la misión.	Reconocimiento de trabajo en terreno, testimonio real (cuenta la experiencia) video de como suele ser.	Ejercen lo visto el día 4, actividad en la cuál el salón se convierte en una "misión". Los trabajadores deben resolver los problemas que se les plantean (asistencia médica, falta de suministros, toma de decisiones, organización).
día 6	día 7	día 8	día 9	día 10
Evaluación de la resolución de los problemas que tuvieron en el día 5.	Profundización de temas, clase teórica.	Clase teórica, con dinámica de división de equipos. Los trabajadores se dividen en dos y deben competir por quién responde más preguntas correctas, actividad por kahoot. Al final se conversa sobre todos los temas de las preguntas.	Clase teórica, temas que quedaron a desarrollar y profundizar.	Preguntas y consultas y brindis de cierre.

Figura 5 : Profundización de los objetivos y tópicos principales de cada clase

El desglose de actividades que se desarrollarán en cada clase demuestra la adaptación de la capacitación a las tendencias actuales y futuras de aprendizaje y comprensión. Recuperando lo expuesto anteriormente, hay días en los que principalmente se desarrollan actividades más lúdicas

incorporando la tecnología, fomentando el trabajo en equipo, días que se basan en charlas testimoniales de médicos que han experimentado el trabajo de campo, y días más teóricos.

Estas capacitaciones también contarán con pequeñas instancias de evaluación para medir el avance del grupo en relación a los tópicos a aprender. Existen tendencias actuales con respecto al aprendizaje y la enseñanza, pero también es real que todos los receptores de esta información, es decir los alumnos, en este caso médicos, son diferentes y por eso es necesario revisar constantemente si ese tipo de actividades o planificación está siendo efectiva para ese grupo de profesionales. Las evaluaciones entonces no solo sirven para medir la atención o el avance del grupo sino también para internamente someter la capacitación a la mejora continua del método de enseñanza.

Además de diseñar la forma en la que se divide y organiza toda la información y las herramientas que se les brinda a los médicos, también se pensó en los espacios en los que van a ser dictadas las clases. Al momento de pensar en el espacio físico, se priorizó que sean espacios amplios e iluminados, con mesas colaborativas, proyectores y pizarras que fomenten la participación. Estas características potencian el dinamismo de las clases, el trabajo en equipo y la socialización.

En la Figura 6 se presenta un *moodboard* que permite visualizar el estilo de espacios que se van a utilizar. Construir climas y ambientes cómodos, acogedores y que inviten a la charla es fundamental para lograr uno de los objetivos de la etapa de capacitación; que los trabajadores se conozcan entre sí y comiencen a formar lazos. Recuperando lo expuesto anteriormente, la formación teórica es importante pero el factor emocional que implica el sacrificio de las misiones también tiene mucho peso. Por eso la formación no es solo teórica y profesional sino también mental y emocional. Lograr aprender, ayudar y trabajar sin dejar que la emoción se interponga e influya negativamente requiere de una entereza y fortaleza emocional que es una de las cosas que la etapa de capacitación busca fomentar.



Figura 6: Espacios de capacitación

A modo de conclusión, la etapa de capacitación logra personalizar al máximo la experiencia de aprendizaje mediante actividades que complementan la formación más dura o teórica con un espacio para conocerse, socializar y al mismo tiempo aclimatarse en el contexto en el que van a vivir la experiencia de campo. Toda la información es brindada para ser consumida de forma rápida y directa. La duración de los módulos permite aprovechar el tiempo promedio de concentración y atención de los jóvenes ordenando y dividiendo toda la información en 10 clases de 40 minutos. Cada clase consta de contenido más teórico y actividades más lúdicas para desafiarlos y motivarlos.

4.1.4 Misión

Una vez finalizada la capacitación, los médicos ya están preparados para ir a la misión propiamente dicha. El personal llega a destino y comienza el trabajo de campo. Del mismo modo en que todas las etapas de Sumate al Flash que ya forman parte de los programas de MSF se ajustan teniendo en cuenta el usuario, la misión -que representa el corazón del trabajo de los médicos en la organización- también se adapta a este nuevo público.

El principal factor que diferencia la misión de Sumate al Flash del resto de las misiones de la organización es el tiempo. Se trata de un período más corto y determinado. Además de la duración, en las misiones de Sumate al Flash, el médico podrá decidir si quiere recorrer un solo destino o si quiere hacer el trabajo de campo en diferentes destinos. Esta nueva posibilidad les da la oportunidad de conocer más lugares y enriquecer la experiencia con más intercambios culturales. Otra gran

diferencia es que en esta misión los médicos van a ser capaces de elegir la especialidad que quieren desarrollar en cada destino. El objetivo de esto es entender que los profesionales ya se especializaron en la universidad y en sus primeros años laborales y darles la posibilidad de profundizar su experiencia en la especialidad elegida.

Los profesionales van a poder, además de ejercer como médicos y tratar directamente con pacientes, también tendrán la posibilidad de llevar a cabo tareas más orientadas a la organización, la distribución de recursos o el liderazgo de equipos de trabajo.

Resulta repetitivo, pero es relevante recordar que al tratarse de una organización como Médicos Sin Fronteras hay muchos limitantes al momento de proponer intervenciones o cambios en ciertos aspectos. La realidad es que en la etapa de la misión es en la que esas limitaciones menos afectaron al desarrollo del nuevo programa. ¿Por qué? Las misiones que ofrece Médicos Sin Fronteras resultan atractivas para los profesionales. El problema, o la razón por la que muchos médicos dejan de formar parte no es la misión en sí sino el hecho de que los períodos de tiempo sean tan largos y que la organización busque que ellos lo vivan como un trabajo estable y no como una experiencia que complementa su camino profesional. Es por eso que las intervenciones que se llevan a cabo en Sumate al flash, permiten que el usuario pueda tener un poco más de control sobre lo que va a suceder durante ese periodo de tiempo y que su experiencia sea lo más personalizada posible.

Otra de las diferencias principales que tienen estas misiones con otras es la cantidad de veces que un médico puede formar parte de las mismas. Además de los beneficios que tiene esta experiencia relacionados con el intercambio cultural, el crecimiento profesional y personal en el campo y el salir de la rutina, la vuelta a la experiencia también está pensado. El objetivo es que los médicos vuelvan y puedan formar parte de esta misión la cantidad de veces que quieran. Este aspecto se va a desarrollar más en el siguiente apartado pero a esta altura resulta pertinente remarcar que cada vez que los médicos vuelvan a vivir la experiencia pueden responsabilizarse de tareas más importantes y de más nivel. Un médico que vuelve por tercera vez a la misión de Sumate al Flash va a tener una jerarquía algo mayor que aquellos médicos que estén viviendo esta experiencia por primera vez.

4.1.5 Vuelta y reconocimiento

Como conclusión del apartado anterior se mencionaba que una de las diferencias de la misión de Sumate al Flash con otras misiones es que la vuelta está más pensada y se ve reflejada en las diferentes jerarquías que va ganando el médico que vuelva a experimentar esa misión una y otra vez.

Ese reconocimiento es uno de los aspectos diferenciales y que entendimos fundamentales para los jóvenes al momento de evaluar experiencias.

Considerando que para esta generación de profesionales los reconocimientos son importantes se decidió hacer de la vuelta una etapa más del programa y no dejarlo librado al azar o quitarle importancia. El reconocimiento representa un valor agregado y demuestra que MSF entiende la importancia que le dan los jóvenes a este momento mediante un diploma (Figura 7). ¿Por qué un diploma? Además de que es algo material y tangible que vuelca todo esfuerzo en un objeto concreto, les da la posibilidad a los profesionales de adjuntarlo en su currículum y que todo lo aprendido en este programa tenga nombre y pueda certificarse. Es una manera de premiar todo el sacrificio y el aprendizaje.



Figura 7: Diploma de Sumate al Flash

Con el objetivo de aumentar el reconocimiento -y relacionado con la cantidad de veces que se vive la experiencia de Sumate al Flash- cada diploma también expresará el nivel del profesional en el programa. Los niveles son directamente proporcionales a la cantidad de experiencias Flash que los médicos viven. De esta forma, además de premiar el haber participado del programa también se premia el crecimiento y la evolución dentro del mismo ya que a medida que los médicos avanzan de nivel van adquiriendo mayor jerarquía y mayores responsabilidades dentro de las misiones. Los

niveles de Flash son una forma de incentivar a los médicos a profundizar cada vez más sus habilidades dentro de sus especialidades y a repetir la experiencia.

Por último, las redes sociales son un medio fundamental para completar el objetivo de esta etapa. En la actualidad, las redes sociales son tan relevantes que existe una sensación generalizada de que *si no está en Instagram no pasó*. Es por eso que además del diploma, el reconocimiento en redes también es fundamental, no solo para los médicos sino también para la organización. Compartir los logros de Sumate al Flash en redes aumenta el flujo de contenido y la presencia del programa en las redes. Además, el público joven hoy es el principal consumidor de redes sociales y aumentar la presencia de la organización en redes es una respuesta directa a un problema al que hoy se enfrenta la organización: la falta de público joven.

5.0 Conclusión

Apropiarse de una debilidad y utilizarla como potencial; esa es la base sobre la que se construyó el programa de Sumate al Flash. Médicos Sin Fronteras se acercó a nosotros con un problema; posee un veinte por ciento de deserción luego de la primera misión y muchas de las razones por las cuales esto sucedía eran condiciones, requisitos o características propias de las misiones que no se podían intervenir o ajustar. Comprender estas limitaciones derivó en el análisis y la exploración de otras áreas del problema y resultó en decidir que el objetivo del trabajo no iba a ser solucionarlo sino apropiárselo y potenciarlo.

De esa forma nació Sumate al Flash, con la finalidad de que Médicos Sin Fronteras deje de entender ese veinte por ciento que se va luego de la primera misión como una deserción sino como una rotación esperada. La idea es que la organización le dé la oportunidad a una nueva generación de jóvenes profesionales y que les ofrezca algo que, manteniéndose dentro de los límites y las características de sus típicas misiones, se adapte a sus necesidades, características, deseos, intereses, inquietudes y objetivo.

Esta fue la base de la construcción de Sumate al Flash; potenciar el trabajo dentro de la organización actualizando algunos aspectos para que se adapten a lo que hoy en día buscan los jóvenes. Para lograr esto fue clave tener siempre en mente los beneficios de trabajar actualmente en la organización y cruzarlo con lo que hoy valoran los jóvenes en un trabajo; los puntos que coincidían eran los que el programa debería potenciar.

La experiencia de trabajar con Médicos Sin Fronteras en el Taller Integrador habilita la reflexión acerca de la formación dentro de la carrera. Sumate al Flash rediseña la propuesta laboral para incentivar a más trabajadores a vivir su paso por la organización no gubernamental con más de cincuenta años de antigüedad y con ciertos procedimientos que no pueden ser modificados. Desterrar esa posibilidad de apropiarse de las limitaciones en lugar de evitarlas no fue fácil, pero sí fue uno de los aprendizajes más valiosos que la carrera sembró a lo largo de los años y que se vio materializado en este Trabajo Final de Grado. La investigación en profundidad acerca de las temáticas a trabajar, el entendimiento de los usuarios, la transformación de limitaciones en potenciales atractivos y la búsqueda por hacer nuevas preguntas para descubrir nuevas áreas de intervención son aprendizajes valiosos que se desarrollaron a lo largo de toda la carrera.

El paso por la carrera me permitió entender que siempre existe la posibilidad de cambiar o rediseñar algo, la mejora constante no es una ambición utópica sino una realidad muy concreta. Con eso en mente empecé a mirar y a buscar entender las cosas que hay a mi alrededor de otra manera. Entender que hay infinitas maneras de aportar valor es muy interesante ya que te posiciona en una búsqueda constante para encontrar la forma correcta para aportar valor en ese proyecto.

La carrera cambió mi forma de entender lo que es el diseño. Cuando uno dice que estudia diseño industrial, automáticamente pensamos en un objeto; al diseño de indumentaria lo asociamos con una prenda de ropa y al gráfico con un logo, una pieza de comunicación o una revista. Pero entonces, ¿a que asociamos nuestra carrera de Diseño punto? ¿En qué cosa concreta y tangible podemos pensar cuando pensamos en ella? Esta pregunta no solo me la hago yo, es una pregunta que me hacen reiteradas veces cuando me preguntan que estudio. Y a lo largo de la carrera fui construyendo una definición de diseño que me ayudó a responderla.

Tiene que ver con un proceso y con una forma de pensar. Esa búsqueda constante por mejorar las cosas. Y lo interesante es que esa cosa puede ser cualquier cosa; desde una marca o un proceso productivo de una empresa, puede ser algo estético y visual o algo estratégico. Personalmente hay una arista de la carrera que me interpela desde los primeros trabajos y se trata de la mejor social. Como diseñadora estratégica siento una responsabilidad muy grande por poder impactar positivamente en el mundo, en el estilo de vida de las personas o sociedades. El impacto positivo que puede generar el diseño en la educación, por ejemplo, es un universo que me apasiona.

Es una carrera tan interesante como difícil de explicar, pero cuando uno logra poner en palabras algunos proyectos para comprenderla, los procesos y la iteración constante aparecen como denominador común. La mejora constante está ligada inequívocamente a la iteración constante. El

cuestionamiento, la repregunta, el poner en jaque algunas certezas para reafirmarlas es un proceso muy enriquecedor para cualquier proyecto ya que permite fortalecerlo y reafirmarlo. Nos permite también recordar siempre las razones por las cuales nació el proyecto, los objetivos, los pilares conceptuales, los usuarios y propósitos. En otras palabras, la iteración constante nos permite reafirmar la esencia del proyecto.

Un ejercicio que me ayudó mucho a definirme como diseñadora fue tratar de identificar el propósito y la esencia de los proyectos que más me interpellaron. Todavía mi propósito como profesional está en construcción, pero creo que el diseño estratégico con objetivos sociales se acerca mucho a lo que quiero. La palabra impacto también creo que va a formar parte de ese propósito. En lo personal, esta palabra significa mucho porque creo sintetiza muy bien la responsabilidad que tenemos como diseñadores. En cierto punto puede resultar un tanto ambicioso esperar o querer siempre generar un impacto positivo en todo, pero es, al menos, un lindo norte. Entender también que no solo impactamos en el futuro cercano, sino que tenemos el poder de impactar en generaciones futuras a las que probablemente no lleguemos a conocer me parece fundamental.

Personalmente, el embellecimiento continuo y un tanto superficial de las cosas no me realiza como profesional. A este punto resulta pertinente aclarar que no lo creo superficial por creer que las cosas bellas eso son, sino porque creo que muchas veces se cree que el trabajo de los diseñadores es hacer las cosas más lindas y no se les exige profundizar en la causa o la raíz de su falta de lindura. Creo que es ahí donde los diseñadores debemos encontrar problemas no resueltos o al menos llegar a la raíz de las complicaciones que intentamos resolver.

Habiendo ya explorado lo que para mí es ser diseñadora creo que es pertinente volver al Trabajo Final de Grado y entender que este fue la materialización final de todo lo aprendido y adquirido a lo largo de la carrera. El entender que tipo de profesional soy y quiero ser fue fundamental para poder encarar el proyecto de Médicos Sin Fronteras con un objetivo claro. La ambición por el impacto positivo en toda mi carrera profesional es determinante para mí a la hora de elegir que temáticas abordar, y por eso elegí trabajar con el futuro de ayudar. La carrera me enseñó a confiar en el proceso y lograr apropiarse de una debilidad tan fuerte como es la deserción del veinte por ciento de los trabajadores de la primera misión y transformarlo en una rotación esperada y en algún punto organizada es resultado de todo lo aprendido en estos cuatro años. Creo firmemente que las limitaciones potencian los proyectos.

Creo que diseñar un sistema de solución fue la forma perfecta de cerrar cuatro años de aprendizaje profundo, desafiante y constante. Desde la investigación, hasta la forma en la que decidí presentar

mi solución pasando por la formulación de preguntas, la iteración constante, la elección de las palabras utilizadas para contarlo; todo fue necesario para construir un sistema de solución completo. Todo en el diseño significa algo y el Trabajo Final de Grado fue necesario para terminar de decantar tanto esta afirmación como todo lo aprendido a lo largo de la carrera.



Universidad de
San Andrés

Bibliografía

Desigualdad: cómo subsanar las diferencias | Naciones Unidas. (s. f.). (Consultado el 8 de octubre de 2021). United Nations. <https://www.un.org/es/un75/inequality-bridging-divide>

Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., (versión 23.5 en línea).(Consultado el 7 de octubre de 2021). <https://dle.rae.es>

García Díaz, Diana. "El origen de la desigualdad y el Estado. El caso de Uruk." Trabajo de Fin de Máster, Universidad Complutense de Madrid, s. f.

Pita Fernández, S., Pértegas Díaz, . (Consultado el 9 de octubre de 2021). S. Fistera, 2002. [Guía: Investigación cuantitativa y cualitativa - Fistera.](#)

Pla, Jéscica Lorena. "Modernidad, desigualdad social e incertidumbre: apuntes para pensar los procesos de estratificación social desde una perspectiva dinámica" Universidad Nacional de Santiago del Estero. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Instituto de Estudios para el Desarrollo Social; Trabajo y Sociedad.

Médicos Sin Fronteras. (Consultado el 10 de octubre de 2021). "Quiénes somos". [Qué es Médicos Sin Fronteras.](#)

Médicos Sin Fronteras. (Consultado el 10 de octubre de 2021) . "Qué hacemos". [Qué es Médicos Sin Fronteras.](#)

Taberne, Carmen. 8 de mayo de 2019. "Ayuda humanitaria, la única forma de sobrevivir para millones de personas". UNHCR ACNUR. [Ayuda humanitaria: ¿qué es, quién y cuándo la recibe? | ACNUR.](#)

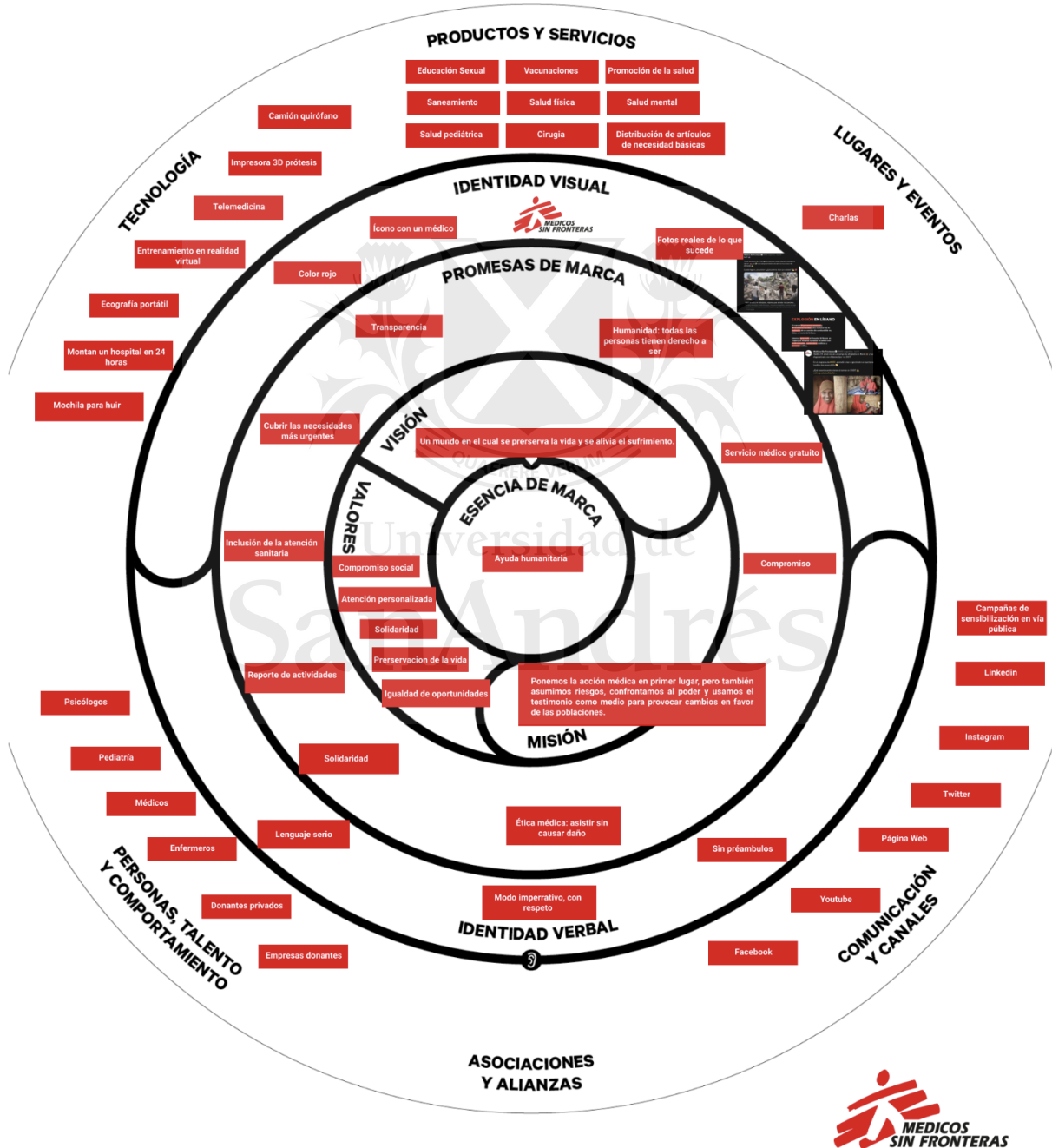
Anexos

Anexo 1: Lienzo de creación de marca

LIENZO DE CREACIÓN DE MARCA **PARTE UNO**

¿QUIÉN ERES?

Define quién eres, qué haces y por qué importa.



Anexo 2: Impacto

PROYECTOS

302 Proyectos con actividades COVID-19

70 Países con actividades COVID-19 de MSF

40% de los proyectos con componente de salud mental: ofrecido a pacientes, trabajadores sanitarios y miembros de las comunidades



APOYO A ESTRUCTURAS

4.360 Camas para pacientes con COVID-19 fueron preparadas o gestionadas por MSF



778 Instituciones de salud recibieron soporte técnico, material o capacitación

156 Instituciones de salud recibieron apoyo médico para tratar pacientes con COVID-19



983 Residencias y centros de cuidado para adultos mayores recibieron apoyo

221 Refugios para migrantes, refugiados y personas sin hogar fueron apoyados



ÍTEM EMPACADOS Y ENVIADOS

125 MILLONES



50% Equipos de protección personal

46% Medicación para tratar pacientes

4% Insumos médicos, tests, equipamiento especial para laboratorios y otros

PAÍSES A LOS QUE ENVIAMOS MÁS CANTIDAD DE ÍTEMS:
REPÚBLICA CENTROAFRICANA
REP. DEMOCRÁTICA DEL CONGO
YEMEN
BURKINA FASO
SUDÁN DEL SUR

ATENCIÓN MÉDICA DIRECTA



112.000 Consultas ante casos sospechosos



6.000 Pacientes tratados por síntomas severos



93.000 Test realizados



15.400 Admisiones de casos sospechosos o confirmados



677.000

Sesiones de promoción de la salud y concientización sobre:

- Necesidades de salud
- Información certera y precisa sobre COVID-19
- Miedos y desinformación

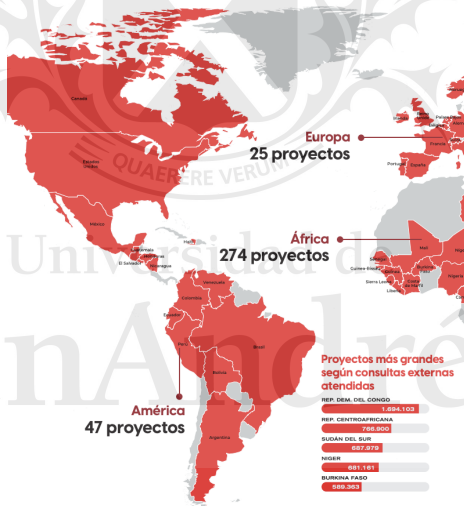
REPORTE ANUAL 2020 | 12

NUESTRO IMPACTO



NUESTRO TRABAJO

En 2020 Médicos Sin Fronteras brindó asistencia médico-humanitaria en 88 países y en el Mar Mediterráneo.

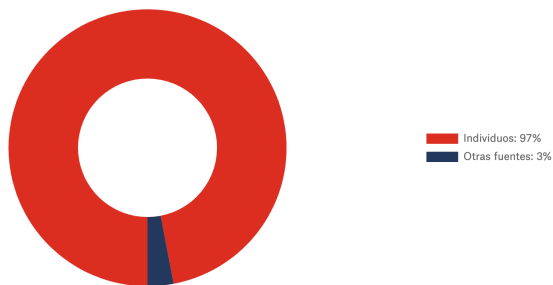


Anexo 3: Financiamiento

<https://www.msf.org.ar/actualidad/rendicion-cuentas-2020>

https://www.msf.org.ar/sites/default/files/documents/estados_financiero_msfe_rte_2020-2019.pdf

¿De dónde provinieron los ingresos en Argentina?



El 97% de los ingresos en Argentina provinieron de personas: más de **132.240 socios, socias y donantes particulares** sostienen con aportes económicos mensuales las acciones que desarrollamos en el mundo.

Adicionalmente, en 2020 abrimos el **Fondo de Crisis Coronavirus**, un fondo económico global y específico para dar respuesta directa a la pandemia y sus consecuencias. Desde Argentina, aportaron al Fondo empresas y personas:

INGRESOS TOTALES FONDO



Otras fuentes de ingresos en Argentina

101
EMPRESAS
SOCIAS

Sostienen la misión médico-humanitaria en forma mensual

Recaudamos:
1.136.220 ARS

36
EMPRESAS
DONANTES

Apoyan al Fondo de Emergencias y general de MSF

Recaudamos:
6.398.237 ARS

19
EMPRESAS
COLABORAN

A través de servicios pro bono

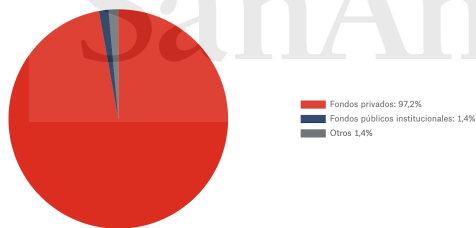
INICIATIVAS
SOLIDARIAS

(Eventos realizados a beneficio de MSF)

Recaudamos:
388.979 ARS

¿Cómo nos financiamos a nivel internacional?

	2020		2019	
	M €	%	M €	%
Fondos privados <small>Aportes de socios y donantes 70,4%, legados 16,2%, aportes de fundaciones 6,2% y de empresas 6,2%, otros 2,1%</small>	1.848,1	97,2	1.570,2	96,2
Fondos públicos institucionales <small>Aportados por los gobiernos de Canadá, Japón y Suiza, UNITAID y otros</small>	26,5	1,4	20	1,2
Otras fuentes <small>Ingresos por intereses, provisión de equipamiento o servicios a otras organizaciones, artículos promocionales y otros ingresos</small>	27,2	1,4	31,4	2,6
Total Ingresos	1.902	100	1.621,5	100



Anexo 4: Landing Page Médicos Sin Fronteras

Logo: **MÉDICOS SIN FRONTERAS** | **CONOCENOS**

ELEGÍ TU MEDIO DE PAGO

Tarjeta de Crédito/Débito **Débito de Cuenta Bancaria**

Número de Tarjeta

*Campo Obligatorio

Titular de la Tarjeta

*Campo Obligatorio

Vencimiento

*Campo Obligatorio

Las donaciones a Médicos Sin Fronteras son deducibles del Impuesto a las Ganancias según el Art. 81 de la Ley N° 20.628.

Vertical button: **< Compartir**

Anexo 5: Método de pago Cruz Roja

Logos: **mercado pago**, **Universidad de San Andrés**, **Cruz Roja Argentina**

Usuario: **Martin Rodriguez Goyena**

¿Cómo querés pagar?

Por normativa del Banco Central solo guardaremos las tarjetas de tu propia titularidad

- Nueva Tarjeta**
Débito o crédito
- Efectivo**
Pago Fácil, Rapipago y kioscos

Detalle de tu compra

Única vez \$1.000	\$ 1.000
-------------------	----------

Pagá seguro con Mercado Pago

Anexo 6 : Composición socios donantes Médicos Sin Fronteras

Brindada como información exclusiva por parte de trabajadores de la organización.

Franja etaria	Socios
<=19 años	0%
20-24 años	1%
25-29 años	3%
30-39 años	16%
40-54 años	28%
55-74 años	40%
>=75 años	12%

Anexo 7: Resultados de la encuesta realizada mediante Instagram

Pregunta 1:

¿Si tienes que ayudar a una de estas ONGs a cual elegirías?	
Unicef	90
Médicos Sin Fronteras	179
Cruz Roja	51
Total encuestados: 320	

Pregunta 2:

¿Qué conoces sobre Médicos Sin Fronteras?
Son de Francia
Poco y Nada
Sa que son médicos que ayudan en países muy pobres y con pocos recursos
Lamentablemente Nada
Ayuda a personas desamparadas, en lugares donde te asignen, que estan situaciones inhospitas
Nada, que los médicos van a morir a la guerra
Asisten a personas que estan en conflicto (violencia, enfermedades o desastres naturales)
Que me quiero ir con ellos
Son médicos que trabajan sin cobrar en lugares como el impenetrable chaqueño y comunidades que no tienen un buen servicio de salud o es inexistente.
Organización que reúne médicos de muchas especialidades para ir a lugares que tengan la necesidad de ser atendidos por especialistas.
Es una organización de médicos internacional que proporciona asistencia médica y sanitaria a países a nivel internacional (especialmente Africa), necesitas ser médico para ir.
Me gusta que se adapten a cada contexto y todo el sacrificio
Que pueden hacer un hospital en 72 horas en cualquier lado del mundo
Tengo un tío que trabajó varios años y se lo que me contó él (respuesta medio ambigua capaz)
Trabajan en países donde hay guerras o crisis humanitarias, donde nadie se mete
Son mádicos que no tienen fronteras
Que quiero ir
Nada
Que ayudan sin discriminar a gente indefensa que sufrio algún tipo de ataque
Tenes que saber francés para participar
Entan en todo el mundo
Casi nada, ayudan afuera en temas médicos y son una ONG
Que ayudan en muchos lugares y tienen bases por ahí para ayudar
Profesionales que se ofrecen voluntariamente a ejercer la medicina en zonas olvidadas
Ayudan a víctimas de guerras, enfermedades, en situaciones precarias, víctimas de catástrofes.
Total encuestados: 24

Anexo 8: [Resultados de la encuesta realizada mediante Google Forms](#)

Anexo 9:

Blog Sofía, enfermera de Médicos Sin Fronteras

<https://sofisinfronteras.com/>

Anexo 10:

Entrevista a Sofia, enfermera de Médicos sin Fronteras:

¿Como fue que decidiste sumarte a Médicos Sin Fronteras? ¿Fue una decisión que te llevó mucho tiempo? Y como fue el proceso desde que sentiste interés, tuviste entrevistas hasta empezar?

Cuando me preguntan cómo fue que decidí sumarme es la parte a veces más difícil de contestar aunque la más fácil, porque sentí que no lo decidí yo, era vocación en cuanto supe de la organización me di cuenta que quería trabajar ahí. Lo que sí tuve que decidir es cuando anotarme, por lo pronto necesitaba 2 años de experiencia entonces no me quedaba otra que esperar unos años a hacer y terminar la carrera además de los 2 años, no hay opción para voluntariado. Pero después cuando cumplí los 2 años decidí esperar un año más para acomodar cosas personales, estudiar mejor los idiomas, sentir que me estaba preparando de verdad. Una vez que me sentí lista me anoté con mí CV y una carta de motivación, desde ahí comienza el proceso de papeles, entrevistas, y más entrevistas. Una vez pasado, que demoró varios meses, hice el curso de ingreso de 2 semanas, y ahí sí estaba lista para salir de misión. Fue un proceso. Es también lo que lo hace profesional.

¿Como suele ser un día normal de trabajo tuyo? Como suele ser tu agenda? ¿Te permite tener otros trabajos con tu carga horaria?

No hay tal normalidad en el trabajo, estando allá de misión la exclusividad es inherente porque no hay tiempo para otra cosa. Cada misión es distinta, alguna vez con más estabilidad se logran algunas rutinas que ayudan a ordenar el trabajo pero la premisa es mantener una mente flexible para cambiar los planes. Se trabaja desde temprano hasta la hora que haga falta. Cada uno se va administrando sus tiempos, y podemos tener fin de semana libre, pero por lo general es 1 día a la semana que intentamos respetar aunque haya trabajo. Estando en argentina el contrato se termina y uno vuelve a hacer el trabajo que quiera, no continúa habiendo obligaciones con MSF.

¿ Que es lo que más disfrutas de trabajar en Médicos Sin Fronteras? Y que es lo que menos?

Lo que más me gusta es conocer tanta gente tan distinta pero igual a mí. Es lindo encontrar la misma vocación, pensamiento, miedos, frustraciones en personas de todo el mundo que te encontrás en misión. También es un gran encuentro con uno mismo al conocerse en diferentes ambientes. Además claro, conocer otros países y otras culturas que van abriendo la cabeza. El trabajo también me gusta mucho, organizar y ejecutar para ver el impacto en alguien que lo necesita es muy satisfactorio. Lo que menos me gusta o que al menos a mí se me hace más difícil es estar en contacto con mucha gente en situaciones muy difíciles y de mucho sufrimiento, y sentir la frustración o impotencia. Es una motivación pero es doble filo. Y algo más banal, no siempre te gusta la comida, no siempre dormís bien y hay que tomar medicación para prevenir malaria.

¿En que se diferencia trabajar para MSF de cualquier otro trabajo?

La diferencia te la da el tipo de terreno, el trabajo en sí, porque como organización es como cualquier trabajo. Hay una estructura de jerarquía para tomar decisiones, hay recursos humanos, administración y sueldo a fin de mes. La diferencia es el sentido de lo que haces cuando lo haces allá, y también me ha dado muchas oportunidades de tomar responsabilidades que en mi país no asumiría, como coordinar servicios y otros enfermeros.

¿Que te parece el salario que ofrecen?

El salario está muy bien, no porque se pague mucho sino que en Argentina la enfermería gana tan poco que la diferencia se hace grande. Para otros países salen perdiendo por cobrar el sueldo de MSF. Pero la motivación no pasa por ahí en ninguno de los 2 casos.

¿Hay cosas que creas que deben modificarse? Si es así que aspectos mejorarías o modificarías?

Creo que no hay nadie que critique más Médicos Sin Fronteras que los propios MSF. He discutido muchas decisiones en misión, y también a nivel más institución. Muchas cosas deberían modificarse pero para hacer mejor lo que ya se hace, quiero decir que no cambiaría la base. Pedir que MSF se ocupe de desenvolver y desarrollar los países en donde trabaja es ya cambiar el rumbo de la organización que responde a emergencias, pero a la vez es importante pensarlo y creo que se debería mejorar la manera de comenzar y terminar actividades en países.

¿Cuáles son los mayores desafíos que tiene trabajar para MSF?

Creo que diría el llevar una vida balanceada entre buenos aires y MSF. Desde relaciones amorosas, familiares, amigos, la casa, etc. A veces viajar hace eso distinto y esa adaptación cuesta. Estar dispuesto a viajar a circunstancias complicadas y condiciones de vida distintas , es parte del trabajo diría.

¿Cuán conocida crees que es MSF por las personas? Crees que conocen solo la marca o que también conocen lo que hacen?

La gran mayoría la escuchó alguna vez , y muchos saben de qué se trata, pero hay muchos que solo conocen el nombre pero que es emergencia médico humanitaria y de una manera profesional, no tantos.

¿Crees que es visible el impacto que generan? Como crees que se podría visibilizar más?

Existe un gran equipo de comunicación y van reinventando nuevas maneras de comunicar los mensajes y resultados. Lo que cuesta un poco más es que la gente esté dispuesta a escuchar creo yo. Son realidades a veces difíciles de transmitir pero también de recibir.

¿Como comenzaron a ser las dinámicas con respecto a la pandemia? ¿Crees que cambiaron?

En MSF cambió mucho, en su momento fue difícil mantener el flujo de profesionales entrando y saliendo de terreno, los aislamientos, hisopados, y más. Pero también las actividades mismas tuvieron que adaptarse para prevenir el brote o darle respuesta. Hoy en día Venezuela tiene muchos casos y hay equipos trabajando allá.

¿Como se llevan entre los trabajadores de MSF?

Nos llevamos muy bien, nos vamos reencontrando en diferentes misiones y siempre es lindo volver a trabajar con alguien, o bueno, casi siempre jaja. En MSF no decimos adiós sino " hasta la próxima " por esto mismo



Universidad de
San Andrés