



ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES – OIM

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN GUATEMALA

RESULTADOS DEL PERIODO 2020-2023



CONTEXTO

La Organización Internacional de las Migraciones implementa estrategias de Comunicación para el Desarrollo (C4D) en México, Centroamérica y República Dominicana para promover la toma de decisiones informadas en torno a la migración. Esta actividad contribuye al cumplimiento de los Objetivos 3, 16 y 17 del Pacto Mundial sobre Migración y forma parte de los esfuerzos del Programa Regional sobre Migración.

Comunicación para el Desarrollo (C4D) es una metodología que propone una ruta para promover el cambio social de manera flexible y sostenible articulando actores y esfuerzos en diferentes dimensiones. C4D busca que toda su implementación se caracterice por:

Basarse en evidencia



La evidencia permite que las estrategias sean efectivas y pertinentes, respondiendo al contexto local. Además, la evidencia permite realizar ajustes en la implementación y evaluar el impacto.

Desarrollar procesos participativos



Las comunidades deben ser las protagonistas en todas las etapas del proceso. Son ellas quienes conocen mejor sus necesidades y pueden articular soluciones de manera sostenible.

Promover cambios sociales



Las intervenciones C4D integran al público meta, promoviendo mejoras en sus conocimientos, actitudes y prácticas (CAP). Además, articulan acciones para generar cambios en sus círculos cercanos y en el panorama estructural.

En Guatemala, la estrategia **“Piénsalo 2 Veces”** se implementa desde 2020 en Sibinal, San Pedro Sacatepéquez y San Marcos para que las y los jóvenes entre 15 y 25 años aprendan a informarse de manera segura, evitando creer en rumores o ser víctimas de engaños, a la vez que se promueve la migración regular.



ACCIONES DESTACADAS¹



+5,700 personas alcanzadas de manera directa.



+60 contrapartes involucradas en la creación e implementación.



+36,000 personas informadas por medio del sitio web Somos Colmena.



+400 apariciones en medios de comunicación



▶ Acompañamiento al Ministerio de Educación para desarrollar procesos de construcción de capacidades en los centros educativos de las comunidades priorizadas.

▶ Difusión nacional de “No te dejes engañar, Piénsalo 2 Veces” por parte del Grupo de Trabajo sobre Movilidad Laboral (GTML) conformado por: Ministerio de Relaciones Exteriores (MINEX), Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MINTRAB), Instituto Guatemalteco de Migración (IGM), y la Secretaría Ejecutiva Contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET).

▶ Creación de una red de jóvenes embajadores que apoyan acciones comunitarias para replicar información confiable. Una de ellas, originaria de Sibinal logró presentar la campaña en Alemania y otros espacios públicos y lidera varios grupos y organizaciones juveniles.

▶ Procesos de formación sobre migración regular, riesgos y peligros dirigidos a jóvenes, docentes y contrapartes.

▶ Distribución de información redes públicas como Somos Colmena y OIM Guatemala y en espacios comunitarios como la Mesa Departamental de Migración, las Oficinas de Asuntos Migratorios, las Oficinas de Niñez y Adolescencia y las Ventanillas informativas sobre Migración.

▶ Jornadas informativas, encuentros, ferias laborales, ferias becarias, cine foros, festivales juveniles, murales y otras actividades de alcance comunitario.

PRESENTACIÓN DE EVALUACIÓN

En 2023, “Piénsalo 2 Veces” se evaluó de manera externa para rastrear y sistematizar el impacto logrado a través de las cuatro dimensiones en las que se desarrollaron acciones: individual, interpersonal, comunitaria y estructural.

Metodología y criterios de evaluación

El ejercicio se desarrolló con una metodología de enfoque participativo, basado en la evidencia, mixto, equilibrado, concurrente, cuasiexperimental, con rigor transdisciplinar y empático.

Público, muestra y métodos de recolección

591 sondeos cara a cara ²	Público meta (Jóvenes de entre 15 y 25 años)
8 entrevistas semiestructuradas	
87 sondeos virtuales	Familiares y docentes
6 entrevistas semiestructuradas	Contrapartes

Cobertura:
Sibinal San Pedro Sacatepéquez y San Marcos.

Periodo de recolección:
21 al 31 de mayo de 2023.

Criterios de evaluación:
Impacto, pertinencia y eficacia.

1) Datos correspondientes al periodo comprendido entre el 1 de octubre de 2019 y el 30 de agosto de 2023.

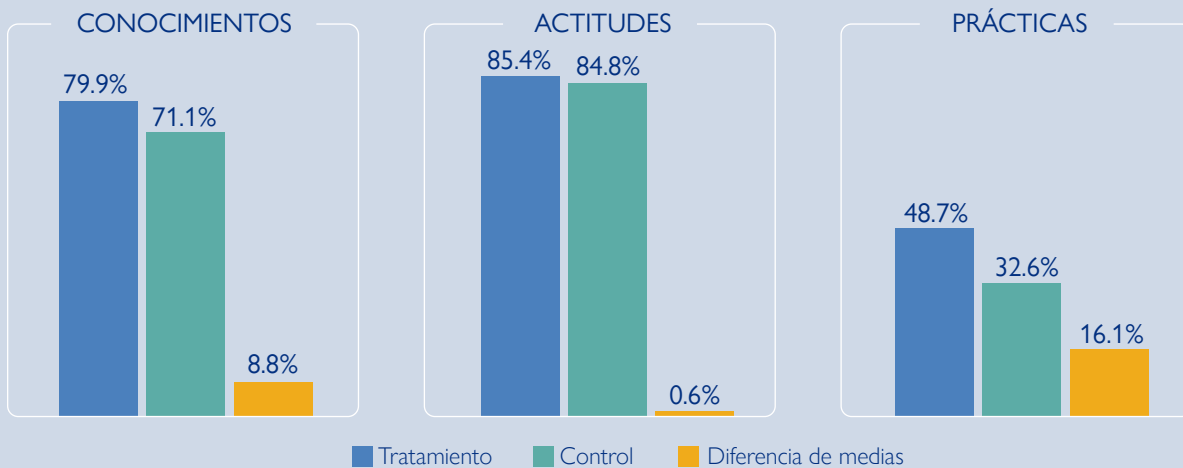
2) 312 de estos sondeos se recolectaron en Huehuetenango, comunidad que no fue parte de “Piénsalo 2 Veces” (grupo de control). Esta muestra permitió medir el impacto de la campaña con público meta al comparar las respuestas de los y las jóvenes que habían participado con las respuestas de quienes todavía no lo hicieron. A su vez, la información recolectada sirvió como línea de base para la continuación de P2V en la comunidad mencionada.

PRINCIPALES RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

DIMENSIÓN INDIVIDUAL

Para evaluar el impacto de Piénsalo 2 Veces en la dimensión individual se midieron los conocimientos, actitudes y prácticas (Índice CAP) del público meta y se realizaron comparaciones con personas que no participaron de las acciones (grupo de control). De manera general, **las personas participantes en esta campaña mostraron una mejora de 9 % en conocimientos, 0.6% en actitudes y 16 % en prácticas.**

Índice CAP general



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

Las personas jóvenes que participaron de la implementación de este proceso mejoraron en un 8.8% sus conocimientos sobre prevención de riesgos de la migración irregular y requisitos de migración regular, frente a los conocimientos de jóvenes que todavía no participaron.

Las y los jóvenes mejoraron en un 0.6% sus actitudes con respecto a la búsqueda de información confiable antes de migrar.

Tras participar en “Piénsalo 2 Veces”, estas personas jóvenes aumentaron un 16% sus prácticas positivas como por ejemplo identificar fuentes seguras sobre migración o no aceptar ofertas laborales y becas en el exterior sin antes verificar la veracidad de la información.



• Reconocimiento de trata de personas

Las personas que participaron en la estrategia "Piénsalo 2 Veces" lograron reconocer correctamente el concepto de trata de personas en un **7% más**.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

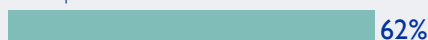
• Identificación de procesos fraudulentos relacionados con las becas o trabajos en el exterior

Las personas participantes en "Piénsalo 2 Veces" supieron identificar en un **17% más** cómo algunas aplicaciones a becas o trabajos en el exterior pueden ser fraudulentas o estar relacionadas con trata de personas.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

• Identificación de instancias y trámites de migración regular (pasaporte)

La implementación de "Piénsalo 2 Veces" logró que las y los jóvenes conocieran los procesos de migración regular un **26% mejor**, de manera que entendieron en qué consiste el trámite para obtener un pasaporte y cuál es la institución a la que dirigirse.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

• Identificación de instancias y trámites de migración regular (visa)

Las personas formadas en capacitaciones de "Piénsalo 2 Veces" mejoraron sus conocimientos sobre los requisitos de entrada a Estados Unidos en un **36%**.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

• Identificación de fuentes de información confiable

A pesar de que las y los jóvenes están dispuestos a informarse correctamente antes de tomar decisiones relacionadas con la migración y las oportunidades locales, solo un **6%** lograron identificar instituciones relevantes y oficiales, frente a un **9%** de jóvenes que sí las identificaron. Esto indica que, en la comunidad de control (Huehuetenango) existe mayor visibilidad institucional que en Sibinal y San Marcos, y que "Piénsalo 2 Veces" puede seguir conectando a jóvenes con servicios e información disponible.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

• Búsqueda de información confiable

Las personas que participaron en la implementación de "Piénsalo 2 Veces" mostraron una disposición muy positiva con respecto a la búsqueda de información confiable antes de migrar. Un **90%** de las personas están dispuestas a informarse correctamente. Además, la evidencia halló que, gracias al desarrollo de esta iniciativa, el **20%** de ellas tomaron acción y buscaron información, frente al **9%** de quienes todavía no han sido parte.

No participaron en P2V



Participaron en P2V



Sondeo Grupo de Control, N=312
Sondeo Grupo de Tratamiento, N=279

DIMENSIÓN INTERPERSONAL³

Familiares, amigos y maestros se mostraron más informados y conscientes acerca de los riesgos de migrar de forma irregular. En el caso de este público, solo un 10% aceptaría que una persona cercana le cubriera los gastos de un coyote de confianza.

Además, se evidenció que el involucramiento de las personas que componen los círculos cercanos de los jóvenes contribuye a la sostenibilidad de esta iniciativa porque los aprendizajes se difunden orgánicamente en las comunidades.

“ Veo de otra forma el tema de migración. Yo pensaba que la migración solo se podía hacer de forma irregular; después de conocer riesgos, conocer que hay otras opciones, como migrar de forma regular y también conocer de qué forma puedo hacerlo, pues eso me ayudó mucho a poder orientar a otros jóvenes a que vean una mejor opción antes de decidir migrar de forma irregular. ”

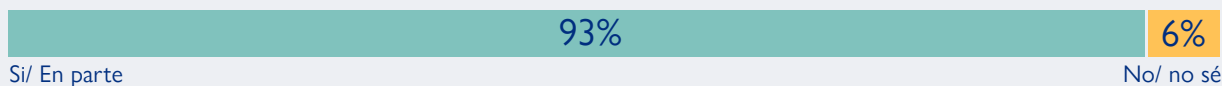
(Entrevista público meta, San Marcos)



Por otro lado, el 45% de las personas informantes en esta dimensión expuso que hablan poco sobre temas de migración con sus hijos o estudiantes. Esto representa una oportunidad de “Piénsalo 2 Veces” para promover información segura con población docente y/o madres y padres de familia.

• ¿"Piénsalo 2 Veces" ha permitido que las personas de su comunidad tomen decisiones más informadas sobre migración?

El 93 de familiares, amigos y maestros reconocieron que "Piénsalo 2 Veces" ha aportado a mejorar las capacidades de las personas jóvenes para tomar decisiones sobre migración.



Sondeo Interpersonal (N=87)

• ¿Considera que su familiar o alumno está más informado o cambiado positivamente tras participar en "Piénsalo 2 Veces"?



Sondeo Interpersonal (N=87)

4) Dimensión interpersonal: Se contempla el rol que mantienen los actores secundarios de cercanía inmediata con la población meta en el proceso de cambio social (población docente y algunos familiares).

DIMENSIÓN COMUNITARIA⁴

En la dimensión comunitaria de “Piénsalo 2 Veces” se involucraron más de 63 contrapartes. Esta evaluación halló que el rol activo de muchas de ellas generó un impacto positivo de manera que:



Familiares, docentes y personas líderes y lideresas comunitarias participaron en el desarrollo de procesos de capacitación o actividades comunitarias.



El compromiso de las instituciones locales y contrapartes permitió generar espacios de interacción e intercambio de experiencias sobre migración

“

Las personas adultas de la comunidad se mostraron con anuencia a participar y manifestaban la importancia que ellos le daban a esta campaña, es importante que los jóvenes estén informados para que ellos tomen una decisión responsable e informada. Lo más efectivo es que lleguen a los establecimientos educativos de la región.

(Contraparte de San Marcos) ”



DIMENSIÓN ESTRUCTURAL⁵

En la evaluación de impacto de la dimensión estructural se identificó que "Piénsalo 2 veces" ha logrado articulaciones, construcción de capacidades e incidencia que favorecen el entorno de cambio social de manera más estructural y sostenible, como por ejemplo:



El Ministerio de Educación se apropió de “Piénsalo 2 Veces” y decidió promover procesos de construcción de capacidades con las y los estudiantes.



El Grupo de Trabajo sobre Movilidad Laboral (GTML) difundió nacionalmente mensajes de prevención de fraudes en procesos de migración laboral.



La mesa departamental de migración en San Marcos se unió activamente a través de procesos de capacitación y difusión de información confiable.



Se mejoraron capacidades de periodistas y personas comunicadoras públicas en torno a la cobertura ética del fenómeno migratorio.



4) Dimensión comunitaria: Se engloban las dinámicas comunitarias institucionales, estructurales e informales que inciden en el público meta y el cambio social buscado. Acá se evalúa la participación de la comunidad en el liderazgo asertivo, el acceso de la información y otros recursos.

5) Dimensión estructural: Se contemplan los aspectos estructurales sociales, políticos, económicos, climáticos, etc. que inciden en el cambio social buscado y las acciones que han buscado incidencia en esta dimensión.

PERTINENCIA

En el criterio de pertinencia, la evaluación concluyó que la estrategia "Piénsalo 2 Veces" es adecuada y necesaria en tanto se alinea con las necesidades de información y formación identificadas.

• Necesidades de información y formación del público meta

79% Cómo mejorar su perfil para acceder a mejores oportunidades de estudio y trabajo.

78% Migración segura y ordenada

76% Prevenir engaños al buscar oportunidades de estudio y trabajo

76% Programas para trabajar y estudiar legalmente en otros países

76% Oportunidades de estudio y trabajo en su comunidad y otros países

Sondeo tratamiento (N=279)

Adicionalmente, los jóvenes manifestaron la necesidad de profundizar en:

• Emprendimientos

• Ventajas y desventajas de migrar

• Identificar ofertas falsas y engaños



8 de cada 10 jóvenes consideraron que la información sobre migración regular y segura disponible en su comunidad es insuficiente.



Finalmente, un análisis experto de comunicación que incluyó análisis de medios tradicionales, digitales y panel de expertos, determinó que:



Los productos de comunicación audiovisual y los mensajes clave son relevantes para la estrategia de P2V.



La diversidad de tácticas de distribución, además de pertinentes, constituyen una gran fortaleza de la campaña.



Los materiales físicos deben contener mensajes claros y cortos en español porque se ha perdido el idioma materno en las juventudes. Además, se desaconseja el uso masivo de estos materiales porque las personas jóvenes prefieren informarse por redes sociales o en actividades presenciales.

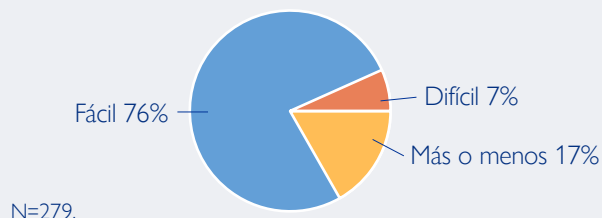
EFICACIA

LLAMADO A LA ACCIÓN

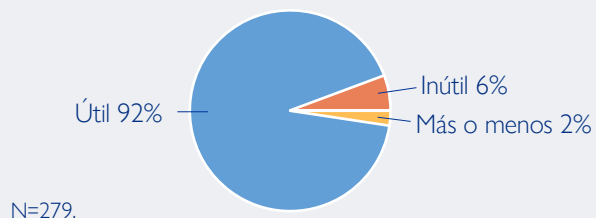
El llamado a la acción de la estrategia “Piénsalo 2 Veces” fue promover el acceso a información confiable sobre migración a través del sitio web Somos Colmena. En Guatemala, **36.575** personas decidieron informarse a través de esta fuente.

La evaluación determinó que la mayoría del público meta encuentra el sitio Somos Colmena de fácil acceso, tiene información pertinente y contenidos que consultarían en más de una ocasión.

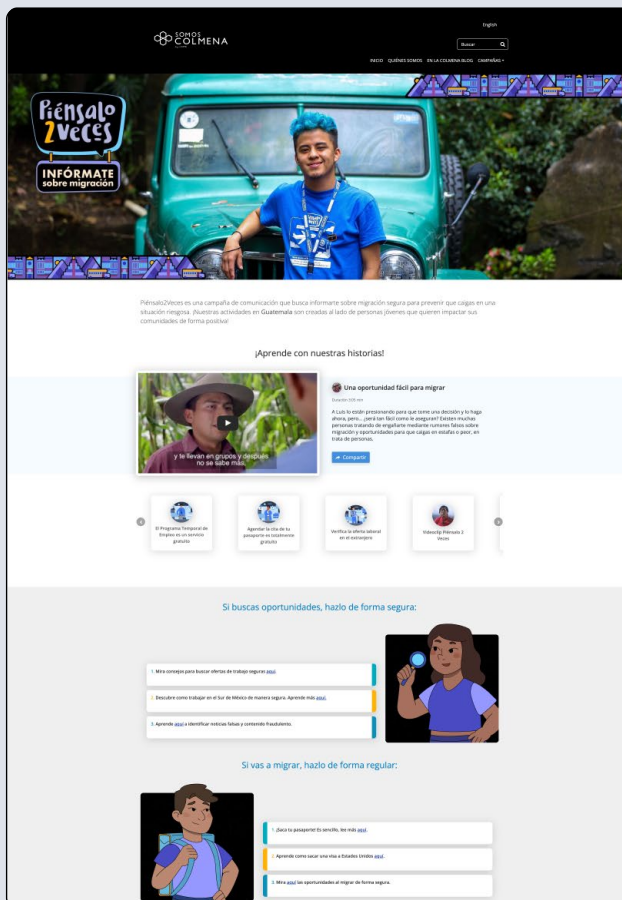
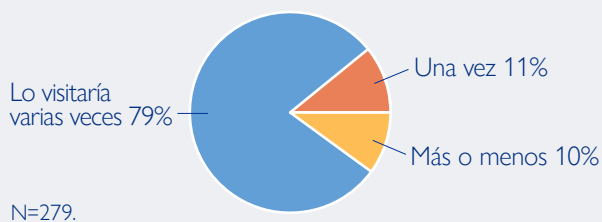
• Le pareció ¿fácil o difícil?



• ¿Le pareció útil o inútil?



• ¿Lo visitaría una o más veces?



GRADO DE SATISFACCIÓN

La evidencia reveló que tanto el público meta como las contrapartes están satisfechos con la estrategia "Piénsalo 2 Veces", tanto con la información proporcionada como con las actividades implementadas. Se identificaron dos razones principales:

- La calidad de la información y de los contenidos.
- La sistematización de información útil y segura que previo a la implementación de esta estrategia se encontraba dispersa y/o en fuentes no oficiales.

“

Yo creo que evidenciaban que estuvieron satisfechos con relación a las capacitaciones, porque se buscó darlas desde un enfoque de comunicación para el desarrollo, pero también desde el enfoque de educación popular con diferentes dinámicas, entonces no fue solo escuchar y estar sentados, sino que el hecho de practicarlo, trabajarlo, dramatizarlo, creo que eso apoyó para que pues estuvieran satisfechos con las actividades y el contenido brindado

(Entrevista público meta, Tegucigalpa)

”

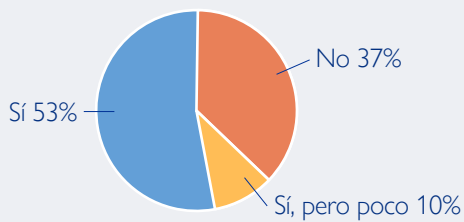
- Grado de satisfacción con la campaña

 **93%**
Información recibida

 **93%**
Actividades realizadas



- ¿Ha conversado con familiares o amigos sobre la información y actividades de Piénsalo 2 veces?



Esta estrategia permitió que más de la mitad de las personas jóvenes se convirtieran en replicadoras de información en sus comunidades, de manera que la red de jóvenes embajadores continúa fortaleciéndose e implementando acciones de réplica.



PRÓXIMOS PASOS

- ▶ La OIM analizará los resultados en conjunto con sus socios locales y públicos meta para construir la estrategia de intervención 2023-2024, en San Marcos-San Pedro Sacatepéquez, de manera que "Piénsalo 2 veces" pueda responder a las necesidades y temáticas identificadas.



Si desde su organización o institución se prestan servicios o se generan acciones en torno a la migración y los derechos humanos, le invitamos articular acciones para el cambio social por medio de "Piénsalo 2 veces".



Para más información, póngase en contacto con Cecilia Tiu, asistente de Comunicación para el Desarrollo en Guatemala: ctiu@iom.int

Documento actualizado 22 de noviembre

