

► LÍNEA BASE DE LA CAMPAÑA “PIÉNSALO 2 VECES”

EN EL PROGRESO Y TEGUCIGALPA / COMAYAGÜELA (HONDURAS)¹

La OIM implementa el Programa Regional sobre Migración, financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos, Oficina de Población, Refugiados y Migración, con el objetivo de fortalecer capacidades gubernamentales para gestionar la migración de forma sostenible y humana.

Desde este Programa, la OIM promueve las alternativas a la migración irregular desde la metodología de Comunicación para el Desarrollo (C4D). Esta metodología se propone como una forma innovadora de planificar, ejecutar y evaluar actividades de comunicación que tengan como objetivo el cambio de comportamiento positivo para contribuir al desarrollo social de las comunidades.

La metodología de Comunicación para el Desarrollo se está implementando en Honduras en los municipios de El Progreso y Distrito Central (Tegucigalpa y Comayagüela), por medio de la campaña “Piénsalo 2 Veces”, que busca que las personas jóvenes aprendan a informarse de manera segura, evitando creer en rumores o ser víctimas de engaños relacionados con la migración y las opciones locales. Esta línea base permite entender los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas en torno a esta temática y arrojar evidencia que guiará la implementación de la metodología.



PUNTOS METODOLÓGICOS

Público objetivo	Personas entre 14 y 25 años
Cobertura	Municipios de El Progreso, Tegucigalpa y Comayagüela en Honduras.
Métodos de recolección de datos	• Se utilizó una metodología para recolección y análisis de enfoque mixto. • Encuestas en línea dirigidas a población joven. • Grupos focales con jóvenes y actores clave. • Entrevistas a profundidad con actores clave como fuentes directas o primarias de información. • Adicionalmente, como fuentes indirectas o secundarias se consultaron otros estudios realizados también el marco de Comunicación para el Desarrollo de OIM.
Periodo de recolección de datos	18 de febrero al 26 abril de 2021
Tamaño de la muestra	N= 728
Fuentes de información	La encuesta se aplicó en línea mediante un “link” compartido con efecto cascada y por medio de actores locales. Las entrevistas y grupos focales también fueron realizadas a través de plataformas en línea.

¹La recolección y tratamiento de esta información se realizó entre el 18 de febrero y 26 de abril de 2021. Estos datos permitieron evaluar la implementación de esta campaña en 2020 e informar la adaptación de la misma en 2021.

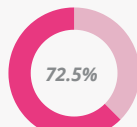


PERFIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

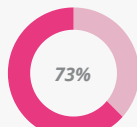
ÍNDICE GENERAL DE CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS



Mujeres



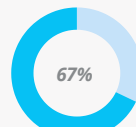
El Progreso:
70.8 %



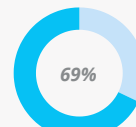
Tegucigalpa/
Comayagüela: 71.4%



Hombres



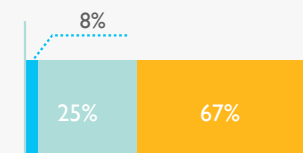
El Progreso:
70.8 %



Tegucigalpa/
Comayagüela: 71.5%

PERFIL DEMOGRÁFICO

EDAD

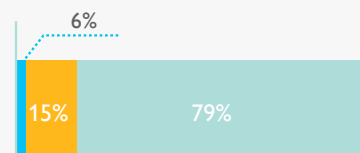


14 a 17 años

18 a 21 años

22 a 25 años

EDUCACIÓN



Primaria

Secundaria

Superior

TENDENCIA MIGRATORIA



¿ALGUNA VEZ HA PENSADO
EN MIGRAR A OTRO PAÍS?



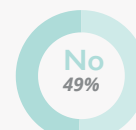
El Progreso



Tegucigalpa/
Comayagüela



El Progreso



Tegucigalpa/
Comayagüela

¿CÓMO HA PENSADO EN MIGRAR?

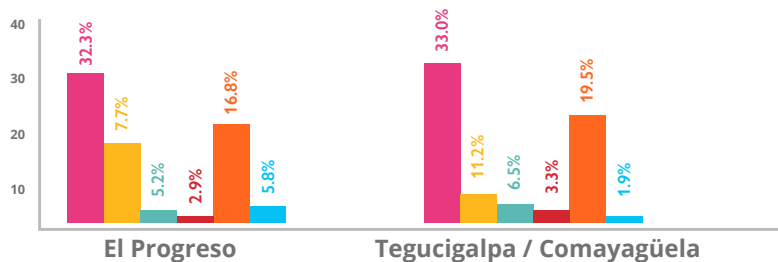
	El Progreso	Tegucigalpa / Comayagüela
Me informaría sobre las becas que ofrecen las universidades	24%	29%
Con un coyote que conozco	24%	21%
Buscaría más información en la embajada del país	18%	20%



PORCENTAJES MENORES:

- Si me ofrecen algún trabajo, aunque no cumpla con los requisitos
- Me uniría a la caravana
- Mis familiares en el extranjero me ayudarían a organizarlo
- Buscaría más información en una ventanilla informativa o en el sitio de somoscolmena.info

RAZONES PARA MIGRAR AL EXTRANJERO



- Porque no hay muchas oportunidades de trabajo en mi país.
- Para estudiar.
- Por razones políticas.
- Por la violencia de los grupos delictivos.
- Porque mi país es muy peligroso.
- Para estar con mi familia que vive en el extranjero.

CONOCIMIENTOS

	El Progreso	Tegucigalpa / Comayagüela
Considera que los mensajes que llegan en WhatsApp siempre son verdaderos porque solo personas que conoce tienen su número de teléfono.	51%	54%
Cree que las noticias que comparten sus amigos en redes sociales siempre son verdaderas.	72%	84%
Dice que, si solo un medio de comunicación habla de cierta noticia, es probable que sea falsa.	55%	48%
Señala que la migración regular es cruzar la frontera con un coyote de confianza.	39%	48%
Dice que la migración regular es cumplir con los requisitos oficiales de migración del país destino.	63%	63%
Dice que la migración regular es entrar a otro país con una visa de turismo, estudiante, u otro tipo de visa.	64%	73%



ACTITUDES



Señala que no vale la pena buscar información para definir si una oportunidad es adecuada para ella.

51%

53%



Dice que en caso de que decida migrar, no vale su tiempo ir a averiguar qué documentos serían necesarios.

63%

61%



Afirma que solo un coyote de confianza le puede ayudar a migrar de forma regular.

31%

36%

COMPORTAMIENTO



Señala que, de encontrarse una noticia u oferta sospechosa, investiga el contexto de la noticia.

56%

55%



Dice que en caso de recibir noticias falsas o sospechosas cuestiona lo que lee y no debe creer todo lo que se ve en internet.

33%

30%



Señala que no averigua la fuente de la noticia.

68%

75%



Afirma que no ignora la noticia.

82%

79%



Dice que, si recibe por Instagram o Facebook una oferta laboral atractiva en el extranjero, de una persona que no conoce, contactaría la persona que le envía la oferta para pedirle más información al respecto.

50%v

47%

Este proyecto es parte del modelo global de OIMX y está siendo implementado con el apoyo de la Oficina de Población, Refugiados y Migración (PRM por sus siglas en inglés) del Departamento de Estado de los Estados Unidos.



Para más información, favor contactar a:
Tatiana Chacón, Oficial de Comunicación para el Desarrollo tchacon@iom.int
Theresa Keding, Oficial de Monitoreo y Evaluación tkeding@iom.int