

## ► LÍNEA BASE DE LA CAMPAÑA “PIÉNSALO 2 VECES” EN SANTA ANA Y SAN SALVADOR (EL SALVADOR)<sup>1</sup>

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 El Salvador en los municipios de San Salvador y Santa Ana 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

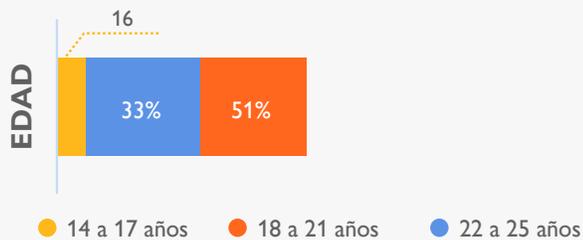
<b>Público objetivo</b>	Personas entre 14 y 25 años.
<b>Cobertura</b>	Municipios de Santa Ana y San Salvador, en El Salvador.
<b>Fuentes de información</b>	Fuentes directas o primarias: Encuesta a población joven, grupos focales con jóvenes y actores clave y entrevistas a profundidad con actores clave. Fuentes indirectas o secundarias: otros estudios realizados en el marco de Comunicación para el Desarrollo de OIM.
<b>Periodo de recolección de datos</b>	18 de febrero al 26 abril de 2021.
<b>Tamaño de la muestra</b>	N=290
<b>Método de recolección</b>	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.

<sup>1</sup>La 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

### PERFIL DEMOGRÁFICO



### TENDENCIA MIGRATORIA



¿ALGUNA VEZ HA PENSADO EN MIGRAR A OTRO PAÍS?



Santa Ana



San Salvador



Santa Ana



San Salvador

### ¿COMO HA PENSADO EN MIGRAR?

Santa Ana

San Salvador

Me informaría sobre las becas que ofrecen las universidades

33%

33%

Con un coyote que conozco

33%

32%

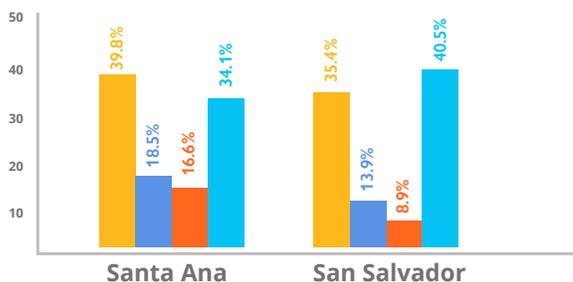
Buscaría más información en la embajada del país

8%

3%



## RAZONES PARA MIGRAR AL EXTRANJERO



- Porque no hay muchas oportunidades de trabajo en mi país.
- Porque mi país es muy peligroso.
- Por la violencia de los grupos delictivos.
- Para estudiar.

## CONOCIMIENTOS



Considera que los mensajes que llegan en WhatsApp siempre son verdaderos porque solo personas que conoce tienen su número de teléfono.

Santa Ana

San Salvador

32%

32%



Dice que, si solo un medio de comunicación habla de cierta noticia, es probable que sea falsa.

Santa Ana

San Salvador

56%

50%



Señala que la migración regular es cruzar la frontera con un coyote de confianza.

Santa Ana

San Salvador

65%

73%



Dice que la migración regular es cumplir con los requisitos oficiales de migración del país destino.

Santa Ana

San Salvador

64%

63%



Dice que la migración regular es entrar a otro país con una visa de turismo, estudiante, u otro tipo de visa.

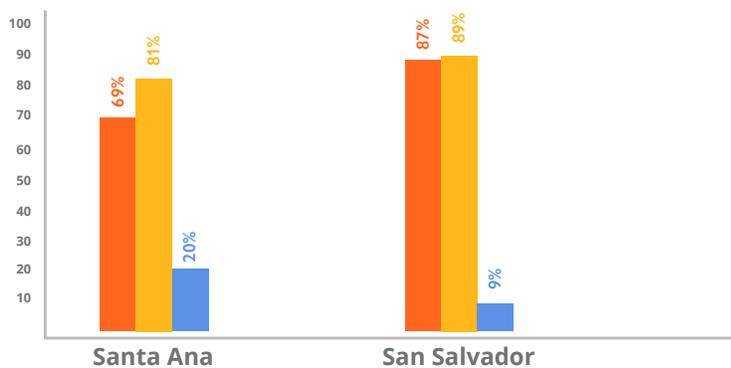
Santa Ana

San Salvador

73%

78%

## ACTITUDES



- Señala que no vale la pena buscar información par definir si una oportunidad es adecuada a su perfil.
- Dice que en caso de que decida migrar, no vale su tiempo ir a averiguar qué documentos serían necesarios.
- Afirma que solo un coyote de confianza le puede ayudar a migrar de forma regular.

COMPORTAMIENTO	Santa Ana	San Salvador
 Señala que cuestiona todo lo que lee.	53%	52%
 No averigua la fuente de la noticia.	55%	48%
 Menciona que si alguien que no conoce le envía una oferta, contactaría a esta persona para pedirle más información al respecto.	60%	54%
 Menciona que no comparte con nadie fotos desnudas.	47%	49%
 Menciona que si recibe por Instagram o Facebook una oferta laboral atractiva en el extranjero de una persona que no conoce, se informaría sobre los requisitos migratorios del país.	54%	54%

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](mailto:tchacon@iom.int)  
**Theresia Keding, Oficial de Monitoreo y Evaluación** [tkeding@iom.int](mailto:tkeding@iom.int)