

## ▶ RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

### “DE BOCA EN BOCA LA GENTE SE EQUIVOCA”



#### MARCO DE LA EVALUACIÓN<sup>1</sup>

La evaluación de la campaña de “De Boca en Boca la Gente se Equivoca” fue ejecutada en la comunidad de tratamiento la Carpio, ubicada en el distrito La Uruca, de la provincia San José, Costa Rica. También se recolectó información en las comunidades Josefinas, Pavas y 25 de Julio en el Hatillo.

Uno de los principales objetivos de la evaluación de la campaña es comprender la contribución de la campaña al cambio de comportamiento relacionado a la regularización migratoria por vínculo con costarricense.

Se logró encuestar a un total de 268 personas (176 mujeres y 92 hombres), de las cuales 218 se realizaron por medio telefónico y 50 por medio virtual.



#### INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS



##### Encuestas

Se realizaron por vía telefónica y virtual en colaboración de algunas organizaciones comunales. Las encuestas brindaron información cuantitativa sobre los conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) de las personas migrantes, la cual fue complementada por los grupos focales y entrevistas que brindaron información cualitativa.



##### Grupo focales y entrevistas

Se realizaron 7 grupos focales y 8 entrevistas a profundidad. La población meta fueron personas migrantes en condición irregular de las comunidades involucradas en la evaluación y profesionales que laboran en instancias como la Municipalidad de San José y Dirección General de Migración y Extranjería (DGME).



#### LIMITACIONES DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EVALUACIÓN Y LA CAMPAÑA

El cambio a la virtualidad afectó los procesos y sus alcances ya que se venía trabajando de manera presencial.

La consulta mediante la vía telefónica presentó mayores limitaciones, como por ejemplo la duración que está pueda tener y la disponibilidad de tiempo de la población participante.

La crisis sanitaria que se vive en la actualidad causó atrasos en los procesos consultivos presenciales.

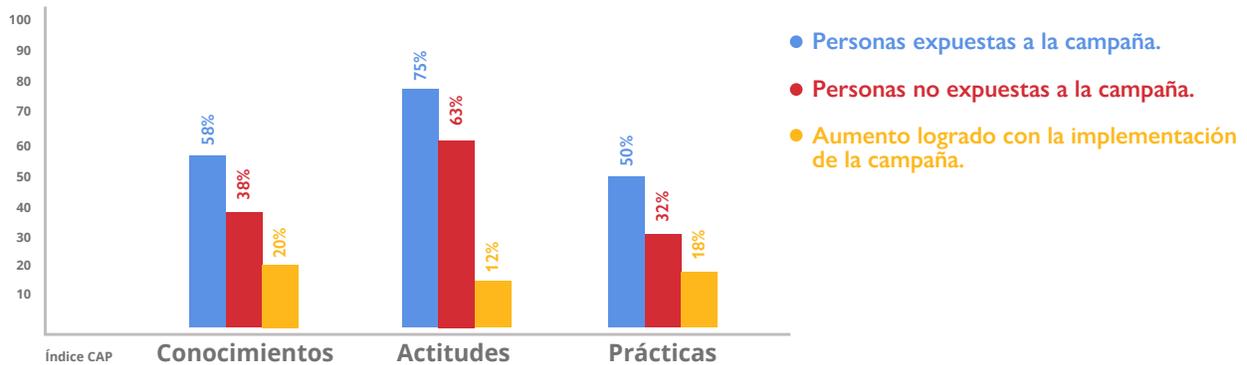
Las condiciones contextuales en las que se levantó la línea base fueron muy diferentes debido a las restricciones por la COVID-19.

<sup>1</sup> La recolección y tratamiento de esta información se realizó durante febrero y marzo de 2021. Estos datos permitieron evaluar la implementación de esta campaña en 2020 e informar la adaptación de la misma en 2021.



## DATOS DEL ÍNDICE CAP

► **Tabla 1: Índice CAP comunidad la Carpio de personas expuestas y no expuestas a la campaña.**



## PRINCIPALES RESULTADOS

- Los personas migrantes irregulares con hijos nacidos en Costa Rica expuestas a la campaña mostraron una actitud de deseo hacia la regularización un 14% mayor que las no expuestas a la campaña.
- El 19% de las mujeres y hombres de la comunidad de La Carpio ha realizado al menos un intento de regularizarse.
- Hubo más personas que lograron identificar los requisitos de la regularización migratoria en las comunidades donde se implementó la campaña: el 15% en La Carpio y el 15% en Pavas, frente al 9% en Hatillo. Los principales requisitos identificados fueron la certificación de nacimiento apostillada y legalizada el registro de huellas emitido por el Ministerio de Seguridad Pública de su país de origen.



- Las principales fuentes de información que las personas eligieron fueron sus amigos(as) o familiares: 59% en La Carpio y 66% en Pavas.
- La disposición de las personas para contactar los canales de información de la DGME presentó un aumento respecto a la línea base, al pasar del 74% a un 85,5% en La Carpio.
- La falta de recursos económicos es la principal preocupación en la población migrante. Solo el 16% de la población en la Carpio considera que tiene el dinero suficiente para llevar el proceso.



## CONCLUSIONES DEL PROCESO C4D

- ▶ La mayor parte de las personas entrevistadas y encuestadas presenta una predisposición positiva por realizar los trámites para regularizar su condición migratoria.
- ▶ La dimensión de actitudes fue la que mostró el mayor cambio de comportamiento en el marco de la evaluación. Esto supone una buena oportunidad para que las personas que ya mejoraron sus actitudes al respeto de la regularización puedan seguir participando en actividades de fortalecimiento de capacidades y mejorar también sus prácticas.
- ▶ En la población femenina existe una mayor preocupación por la falta de recursos económicos y de documentos, mientras en los hombres predomina la falta de interés y de conocimiento sobre el proceso de regularización.
- ▶ Las redes sociales son consideradas como aliadas en la distribución de información de interés ya que una gran cantidad de personas se manejan desde estos medios, primordialmente por WhatsApp.



## RECOMENDACIONES PARA FUTURAS CAMPAÑAS

- ▶ Tener en cuenta el apoyo local y abierto de la DGME hacia la campaña y a la plataforma Somos Colmena para brindar mayor legitimidad a estas.
- ▶ Replantear la implementación de actividades presenciales de forma progresiva para que se continúen creando lazos de confianza con las comunidades.
- ▶ Crear vínculos con las Asociaciones de Desarrollo, organizaciones no gubernamentales y demás agrupaciones existentes en las comunidades, para tener mayor participación en futuras campañas.
- ▶ Fortalecer el uso de diversos canales de comunicación (redes sociales, televisión y actividades presenciales) para la trasmisión de información a las comunidades.
- ▶ Crear planfletos, brochures o infografías como parte de los materiales informativos con el objetivo de presentar información de manera concisa.
- ▶ Involucrar a aquellas instituciones públicas que cumplen funciones sociales importantes, y que se encuentran ausentes en las comunidades, tales como Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), Fondo Nacional de Becas (FONABE) y las Municipalidades, entre otros.

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