

RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN SAN MARCOS GUATEMALA



SOMOS
COLMENA

by IOMX



Las opiniones expresadas en las publicaciones de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) corresponden a los autores y no reflejan necesariamente las de la OIM o de la Oficina de Población, Refugiados y Migración del Departamento de Estado de los Estados Unidos (PRM). Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican juicio alguno por parte de la OIM o PRM sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona citados, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La OIM está consagrada al principio de que la migración en forma ordenada y en condiciones humanas beneficia a los migrantes y a la sociedad. En su calidad de organismo intergubernamental, la OIM trabaja con sus asociados de la comunidad internacional para: ayudar a encarar los crecientes desafíos que plantea la gestión de la migración; fomentar la comprensión de las cuestiones migratorias; alentar el desarrollo social y económico a través de la migración; y velar por el respeto de la dignidad humana y el bienestar de los migrantes.

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de la Oficina de Población, Refugiados y Migración del Departamento de Estado de los Estados Unidos (PRM), bajo el marco del Programa Regional sobre Migración, Mesoamérica-Caribe. Los puntos de vista expresados no reflejan necesariamente las políticas oficiales del Gobierno de los Estados Unidos.

Esta publicación no ha sido editada oficialmente por la OIM.

Publicado por:

Organización Internacional para las Migraciones (OIM)
Oficina Regional para América Central, América del Norte y el Caribe San José Costa Rica
Tel: +(506) 2212-5300
Email: rosanjose@iom.int
Website: www.rosanjose.iom.int

© 2020 Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

Quedan reservados todos los derechos. La presente publicación no podrá ser reproducida íntegra o parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otro), sin la autorización previa del editor



Resultados del levantamiento de información en San Marcos Guatemala.

La Comunicación para el Desarrollo (C4D) es un proceso participativo donde se trabaja con las comunidades para encontrar soluciones a los problemas locales.

En el 2019, utilizando una metodología validada a nivel global para el uso de la C4D en el tema migratorio, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se propone apoyar a sus contrapartes para la implementación de una estrategia que promueva cambios en comportamientos.

El primer paso de esta metodología es conocer a las comunidades en las que se va a implementar la estrategia. Por ello, la OIM, con el apoyo de contrapartes locales, implementó un estudio en varias comunidades de San Marcos con el objetivo de conocer los conocimientos, actitudes y comportamientos de las personas con relación al tema migratorio, particularmente sobre alternativas a la migración irregular. Este estudio es una línea base que nos permite guiar los siguientes pasos de la estrategia en conjunto. A continuación, se presentan los principales resultados de este estudio.

PUNTOS METODOLÓGICOS



Público objetivo

Personas entre 12 y 17 años que han planeado migrar en los próximos doce meses o quieren hacerlo aunque no lo tengan planeado en el próximo año.



Total

	Género	Edades	Educación	Religión
438 personas encuestadas	Mujeres <u>51,9%</u>	12 a 14 años <u>50,6%</u>	Primaria completa <u>84.1%</u>	<u>56%</u> Protestante
	Hombres 48,9%	15 a 17 años 59,4%	Básico terminado 15.6%	<u>35%</u> Católica <u>8%</u> Judía



Cobertura¹

- **Área de Tratamiento**
San Marcos, 110 personas
San Pedro Sacatepéquez, 178 personas
- **Área de Control**
San Pablo, 150 personas



Método de encuesta

Las encuestas fueron realizadas por profesores de los institutos básicos y diversificados ligados al Ministerio de Educación, que fueron capacitados por OIM sobre cómo administrar el cuestionario. Los encuestados fueron seleccionados por muestreo aleatorio en coordinación con la Dirección Departamental de Educación de San Marcos.



Periodo de recolección de datos

22 de febrero al 12 de marzo



Tamaño de la muestra

438 personas



Método de recolección

Encuesta cara a cara mediante entrevistas personales asistidas por Tablet utilizando muestreo aleatorio dentro de centros educativos.

¹ El área de tratamiento comprende la principal comunidad donde se pretende trabajar, mientras que el área de control es una línea base para la comparación a la hora de medición de resultados. En esta comunidad no podemos trabajar directamente ya que afectaría la medición de resultados.

PERFIL MIGRATORIO

¿Ha migrado antes?

- 68.5%** No
- 24.1%** A otro departamento
- 7.7%** Otro país

¿Quiere migrar?

- 54.6%** Sí, en los próximos 12 meses
- 45.4%** sí, pero no en los siguientes meses

¿Dónde quiere migrar?

- 65.2%** Estados Unidos
- 10.6%** España
- 6.6%** Canadá
- 5%** México
- 12.7%** Otros (Argentina, Italia, Costa Rica, Panamá)

¿Conoce a alguien en el país de destino?

- 80.8%** Familia
- 13.4%** No conoce
- 6.3%** Amigos
- 1.2%** Familiar o amigo
- 0.2%** Empleados
- 0.2%** Otro

¿Por qué desea migrar?

- 38.9%** Trabajo u oportunidades laborales
- 21.3%** Mejorar calidad de vida
- 20%** Oportunidades educativas

¿Cómo va a migrar?

- 41,8%** Con la ayuda de un coyote
- 38,8%** Obteniendo una visa
- 9,9%** Obteniendo un permiso de trabajo
- 6,1%** Todavía no lo sé
- 1,9%** Solicitando asilo en México/EEUU
- 1,0%** A través de un reclutador que me ofreció trabajo
- 0,5%** En una caravana

¿Cuánto serán los costos de migrar?

USD 7,699.00

¿Qué riesgos les preocupan menos?

- 42%** No encontrar trabajo en el extranjero
- 44%** Tener problemas o complicaciones de salud
- 48%** Ser arrestado y deportado
- 50%** Explotación laboral

¿Cómo piensan pagar los costos de migrar?

- 41,5%** Utilizando ahorros
- 40,4%** Préstamos de familiares o amigos
- 20,6%** Préstamos de un banco
- 3,7%** Remesas
- 5,1%** Vendiendo pertenencias
- 8,0%** Préstamos de un prestamista
- 0,1%** Otro

¿Qué riesgos les preocupan más?

- 79%** Fallecer durante el camino
- 77%** Ser secuestrado
- 75%** Sufrir abuso o violencia sexual
- 75%** Que le suceda algo a un miembro de mi familia
- 69%** Convertirse en víctima de trata de personas

CONOCIMIENTOS

- **39%** de las personas no saben que para ingresar a EEUU necesitan un pasaporte y visa o permiso de trabajo
- **63,4%** dice que se ha puesto más difícil migrar a los EEUU de manera regular
- **36%** consideran irse sin documentos en caso de no poder migrar de manera regular
- Solo **9,2%** señala programas locales de capacitación y apoyo para estudio como una alternativa a migrar a EEUU

ACTITUDES

- **84,63%** está completamente o algo de acuerdo con que una persona que logre irse a EEUU tendrá una buena calidad de vida
- **64,1%** está completamente o algo de acuerdo con que mientras se tenga un buen coyote, es fácil entrar a los EEUU
- **78,2%** está completamente o algo interesados en encontrar opciones para quedarse estudiando en su país y desarrollar un plan de vida
- **90,3%** está completamente o algo dispuesto a realizar el esfuerzo por obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular

HABILIDADES

- **40,1%** no conoce sus fortalezas y limitaciones si decidiera migrar hoy mismo
- **23%** aceptaría la oferta de un desconocido que le ofreciera trabajo en EEUU
- **33%** dice no comprender los requisitos legales para irse a vivir a otro país
- **28,7%** aceptaría una oferta de trabajo en EEUU con la cual no se siente cómodo/a
- **48,6%** dice no comprender cómo funciona el procedimiento para aplicar a una beca de estudio
- **57%** no comprende cómo funciona el procedimiento para elaborar una hoja de vida y solicitar trabajo



APRENDIZAJES CLAVES

- El **70,2 %** tienen una actitud positiva a migrar con los documentos requeridos y un **69,6 %** de las personas entrevistadas, señalan estar completamente de acuerdo con estar dispuestas a realizar el esfuerzo de obtener los documentos necesarios para migrar de manera regular.
- La población estudiada tiene un alto conocimiento de los riesgos de migrar de forma irregular y un **26,5 %** de las personas entrevistadas mencionan estar completamente en de acuerdo y un **26,2%** algo de acuerdo con la afirmación de que es mejor irse del país con la ayuda un coyote que reunir la documentación para hacerlo de manera regular.
- Un **79,1%** de la población entrevistada menciona que en algún momento dentro de su familia o con miembros de su comunidad han conversado sobre las dificultades que puede implicar irse a vivir a otro país, por lo que el entorno familiar parece ser un ámbito importante para su toma de decisiones.
- El **36,1 %** de las personas entrevistadas están algo de acuerdo con la afirmación de que si se quedan en su país no podrían seguir con sus estudios después del medio diversificado, por lo que sería importante reforzar las actitudes para que continúen sus estudios.
- Un **61,4 %** manifiesta estar completamente de acuerdo en que le gustaría encontrar oportunidades de estudio en su país, asimismo, el **40,8 %** de la población entrevistada menciona estar algo de acuerdo y un **37,4 %** completamente de acuerdo con la afirmación de que le interesaría encontrar opciones para quedarse en su país y desarrollar un plan de vida. Por lo que se recomienda trabajar sobre habilidades que permitan la construcción de un plan de vida en su país.
- Un **50,9 %** de la población entrevistada comprende el procedimiento para aplicar a alguna beca de estudio. Por lo que es importante informar al resto de la población de cómo proceder para la aplicación de una beca y asimismo dar a conocer las becas existentes, requisitos, plazos y demás factores necesarios para la obtención de una beca.
- Por otra parte, un **57%** de la población entrevistada indica que no comprende cómo funciona el procedimiento para elaborar una hoja de vida. La campaña de comunicación puede orientar a la población joven sobre lugares que fomenten en el desarrollo de habilidades laborales a población joven.

Medios de comunicación



MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS USADOS

- 73% Televisión
- 61.9% Redes Sociales
- 38.3% Radio
- 27.6% Periódico
- 14.8% Revista



REDES SOCIALES MÁS USADAS

- 88,1% Facebook
- 86,4% WhatsApp
- 69,2% YouTube
- 41,5% Instagram
- 29,9% Snapchat
- 12,4% TikTok
- 11,6% Twitter



CONTENIDOS FAVORITOS EN REDES SOCIALES

- 64% Vídeos
- 46,3% Memes
- 36,4% Fotografías
- 21,6% Publicaciones de amigos
- 20,5% Dibujos y Cómics
- 20,1% Historias
- 12,4% Publicaciones de personas famosas



ACTIVIDADES PRESENCIALES PREFERIDAS

- 80,2% Eventos deportivos
- 16,3% Cine al aire libre
- 12,7% Murales y graffitti
- 12,4% Volantes
- 12,0% Artes escénicas