

► LÍNEA BASE DE LA CAMPAÑA “PIÉNSALO 2 VECES”

EN LA CHORRERA, PANAMÁ¹



MARCO DE LA EVALUACIÓN

La OIM implementa el Programa Regional sobre Migración, financiado por la Oficina de Población, Refugiados y Migración del Departamento de Estado de los Estados Unidos, 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 Panamá en la comunidad de La Chorrera, por medio de la campaña “Piénsalo 2 Veces”, que busca desarrollar capacidades en la población migrante para reconocer ofertas y noticias falsas con fines de explotación laboral y trata de personas. Esta línea base permite entender los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas en torno a estas temáticas y arrojar evidencia que guiará la implementación de la metodología.



PUNTOS METODOLÓGICOS

Público objetivo	Población migrante de entre 18 y 35 años, en condición regular e irregular residiendo en los corregimientos Barrio Balboa y Herrera en el distrito de La Chorrera.
Cobertura	La recolección de datos primarios se concentró en la provincia de Panamá Oeste, en La Chorrera – Barrio Balboa y Herrera, considerada una de las áreas de mayor concentración de población migrante en el país y en donde se enfrentan retos asociados a la explotación laboral y trata de personas.
Métodos de recolección de datos	<ul style="list-style-type: none">• Enfoque mixto, combinando la recolección de datos primarios por métodos cuantitativos y cualitativos.• La muestra incluyó 300 encuestas cara a cara y telefónicas, un grupo focal con personas migrantes y dos grupos focales con actores claves de la comunidad (organizaciones de la sociedad civil e instituciones públicas).

¹La recolección y tratamiento de esta información se realizó durante abril y mayo de 2021. Estos datos permitieron informar la construcción e implementación de la campaña en 2021.



LIMITACIONES DURANTE LA EVALUACIÓN

La población meta durante la semana se trasladó desde La Chorrera a la ciudad capital buscando oportunidades laborales. Esto conllevó que la recolección de datos se retrasara porque muchas personas no estaban en sus viviendas.

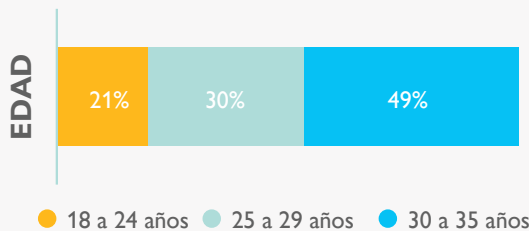
Los operativos policiales asociados al contexto de post pandemia en la comunidad provocaron temor y desconfianza en la población meta.

Debido al número limitado de personas entrevistadas, los resultados de la línea base no necesariamente se pueden extrapolar al resto de la población migrante de La Chorrera.

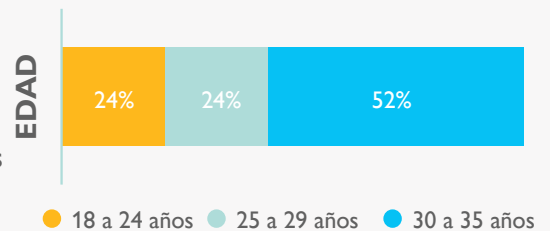


PERFIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

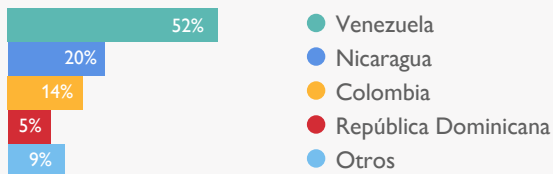
Mujeres
58%



Hombres
42%



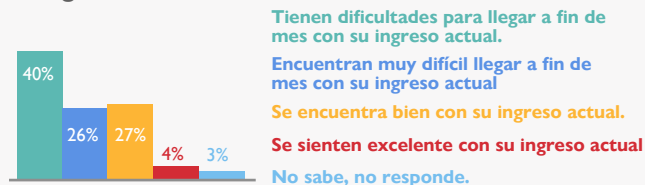
Nacionalidad:



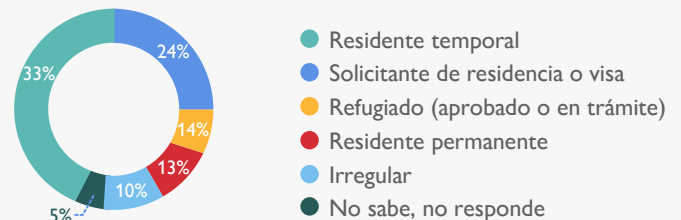
Nivel educativo:



Ingresos:



Estatus migratorio



¿Cuál fue la razón principal por la que vino a Panamá?



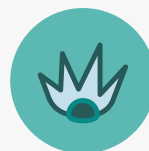
43%
Trabajo, mejores oportunidades



13%
Dificultades económicas



12%
por reunificación familiar



7%
Guerra civil, amenaza política, conflictos



4%
Mejor democracia, libertad personal, derechos humanos.



2%
Crimen e inseguridad



DATOS DEL ÍNDICE CAP

El índice ponderado CAP mide los conocimientos, actitudes y prácticas de la población migrante en cuanto a noticias falsas y ofertas con fines de explotación laboral y trata de personas. En promedio, las personas encuestadas tienen un índice de 68%, y los valores de hombres y mujeres, y de cada corregimiento, quedaron casi iguales.

CONOCIMIENTOS 67%



Sabe que la jornada laboral es de ocho horas.

93%



Asegura que la ley local permite que los empleados denuncien a sus empleadores en casos de derechos violados.

88%



Asegura que conoce sus derechos laborales.

70%



Reporta estar familiarizado con el concepto de noticias falsas.

70%

Los participantes del grupo focal de personas migrantes afirmaron que hay ofertas de trabajo que incumplen condiciones prometidas en términos de vivienda, sueldo, horarios, beneficios y vacaciones, y que además no cumplen con las leyes del trabajo de Panamá. También destacaron que a veces los empleadores les proponen peores condiciones por ser extranjeros.

Los representantes de organizaciones públicas locales que participaron en un grupo focal consideran que hay explotación laboral en los diferentes sectores en los cuales están trabajando las personas migrantes.

ACTITUDES 67%



Considera necesario buscar información para verificar que las ofertas de trabajo sean seguras.

90%



Asegura que las personas migrantes tienen que estar dispuestas a tomar ofertas laborales con salarios inferiores.

60%

COMPORTAMIENTO 73%



Buscaría más información sobre condiciones laborales.

96%



Trataría de negociar un contrato formal.

92%



Tomaría cualquier trabajo, aunque supiera que corre el riesgo de que se violen sus derechos.

59%

En caso de que derechos laborales sean violados, la mayoría de las personas migrantes no sabrían a quién acudir. Los participantes en el grupo focal mostraron una mezcla de resignación y aceptación de la situación, a la vez que optimismo en que el empleador enmiende su comportamiento en el futuro.

Las personas migrantes participantes en el grupo focal mencionaron los siguientes factores que hacen que no se denuncien casos de explotación laboral por parte de sus empleadores:

- ▶ Falta de información sobre condiciones y derechos laborales.
- ▶ Falta de recursos para pagar a un abogado.
- ▶ Miedo de dirigirse a las autoridades debido al estatus migratorio irregular. En particular, miedo de las personas migrantes a ser arrestadas y deportadas.
- ▶ Falta de confianza y sensación de ser discriminados por las autoridades.
- ▶ Miedo a represalias (por ejemplo, perder el trabajo).



ACCESO A INFORMACIÓN

- ▶ 93% por ciento de las personas encuestadas usa WhatsApp diariamente, 56% Instagram, y 56% Facebook.
- ▶ 42% preferiría obtener información sobre noticias falsas y ofertas fraudulentas con fines de explotación laboral y trata de personas a través de redes sociales y 36% prefieren la TV.
- ▶ El tipo de eventos comunitarios donde las personas migrantes prefieren participar para recibir información son: eventos deportivos (22%), la iglesia (13%), visitas casa a casa (12%), volanteos (11%) y eventos musicales (8%).



RECOMENDACIONES

- ▶ Difundir información a través de redes sociales y televisión.
- ▶ Incluir al sector privado en el desarrollo de actividades ya que cuenta con un potencial papel clave para reducir riesgos de explotación laboral y trata de personas.



CONCLUSIONES

- ▶ Según la información de los grupos focales con personas migrantes, gobierno y sociedad civil, las personas migrantes deciden aceptar las ofertas de trabajo aún cuando están conscientes que algunas violan sus derechos laborales. La necesidad de aceptar la oferta tiene que ver con su estatus migratorio irregular, que dificulta el acceso a trabajo formal, las necesidades económicas o la falta de alternativas de generación de ingresos.
- ▶ Existe la necesidad de incluir acciones para fortalecer el conocimiento sobre los derechos laborales, las opciones de regularización migratoria y sobre cómo acceder al mercado del trabajo formal.

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