

## Involucrar a los migrantes durante la cuarentena

### Lecciones de Perú

#### Resumen

Los cierres de fronteras, las restricciones de viaje y la cuarentena durante la crisis de la COVID-19 han impedido que los organismos humanitarios lleguen a muchas personas que necesitan apoyo. La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC, por sus siglas en inglés) en Perú puso a prueba una línea empresarial de WhatsApp para facilitar la participación de la comunidad a distancia.

#### Pregunta clave

¿Cómo podemos escuchar y responder a las comunidades cuando no podemos estar físicamente cerca de ellas? ¿Cómo se pueden cumplir las promesas de compromiso, participación y retroalimentación comunitarias de las normas Esfera en condiciones de cuarentena?

#### Normas humanitarias

La respuesta humanitaria requiere que la comunicación, la participación y la retroalimentación sean eficaces para garantizar que las intervenciones sean adecuadas y pertinentes ([Compromisos 1 y 4 de la Norma Humanitaria Esencial](#)). La creatividad y la innovación son necesarias para reemplazar los métodos tradicionales de participación comunitaria, como los debates grupales o las reuniones presenciales, cuando se ven obstaculizados por las restricciones de viaje y la necesidad de distanciamiento social.

#### Comprometerse con los migrantes en la región andina

Desde 2015, la región de las Américas ha experimentado un aumento en los flujos migratorios desde Venezuela, y a fines de 2019 había casi 5 millones de migrantes y refugiados. A medida que las cifras siguen aumentando, también lo hacen las necesidades de los migrantes y las comunidades de acogida. Cuando la COVID-19 llegó a la región a principios de 2020, los flujos migratorios cambiaron: los que antes se dirigían de sur a norte y de oeste a este cambiaron de norte a sur y de este a oeste. Los organismos no estaban preparados para los nuevos movimientos, y las redes de apoyo a los servicios sociales eran deficientes. La propagación del virus agravó la vulnerabilidad de las poblaciones migrantes debido a su inestabilidad, los ingresos informales precarios, el hacinamiento, la falta de saneamiento, las barreras lingüísticas y la falta de acceso a la atención médica.

“Donde ya hay sentimientos de xenofobia y discriminación hacia personas en situaciones de movilidad humana, se prevé que aumente la estigmatización y la exclusión de la población junto con la propagación del virus”, indica un [Informe de situación de la IFRC de abril de 2020](#). “Los refugiados y los migrantes suelen ser los primeros en ser estigmatizados y acusados injustamente de la propagación de enfermedades”.

Perú es uno de los países más afectados por el coronavirus en la región. Para reducir la transmisión del virus, se cerraron las fronteras, se impuso la cuarentena y no se les permitió a las personas circular libremente. En el caso de los migrantes y refugiados, esto afectó sus medios de subsistencia y los aisló de sus redes de apoyo, incluidos los organismos humanitarios. El equipo nacional de la IFRC en Lima y la Cruz Roja Peruana tuvieron que suspender las clínicas móviles y las actividades de inclusión social para migrantes y refugiados desde la primera semana de marzo de 2020.

Una [investigación anterior](#) de la IFRC y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) en la [plataforma regional de respuesta a migrantes venezolanos “R4V”](#) había identificado la aplicación móvil WhatsApp como la más adecuada para mantener las comunicaciones y el compromiso con su grupo destinatario (el 78 % de los migrantes de Venezuela en Perú tiene teléfonos celulares, el 81 % tiene acceso a Internet y el 99 % prefiere utilizar WhatsApp para recibir información). La “línea empresarial” de WhatsApp brindó asistencia a distancia a los migrantes afectados por la crisis de la COVID-

19, respondiendo preguntas sobre la pandemia, brindando información clave para promover comportamientos preventivos e identificando, supervisando y abordando rumores o noticias falsas. La línea empresarial se promocionó a través de medios digitales y mujeres influyentes, específicamente madres migrantes que promocionaron la línea en sus propias cuentas de redes sociales.

La línea empresarial contaba con dos miembros de personal en línea para administrar las comunicaciones, con personal médico de guardia para brindar soporte técnico. Durante los primeros cuatro meses, se enviaron 25 000 mensajes de WhatsApp relacionados con los síntomas de la COVID-19 y ayudas económicas a 1254 usuarios. La línea empresarial ha demostrado ser una herramienta eficaz para proporcionar información clave, creando un canal de comunicación bidireccional confiable accesible y fácil de adaptar (ya que integra nuevas necesidades de información, diferentes idiomas, mensajería de voz para las personas ciegas y SMS para quienes no tienen Internet) y evolucionando sobre la base de los comentarios proporcionados por el público destinatario.

La IFRC pronto descubrió que la línea también podía brindar apoyo a distancia a programas no sanitarios y, basándose en los comentarios recibidos, adaptaron rápidamente su estrategia de intervención para abordar la exclusión de sus destinatarios de las medidas públicas de protección social anunciadas por el Gobierno peruano. La nueva estrategia de la IFRC incluyó transferencias de dinero en efectivo, kits de higiene y apoyo emocional a distancia.

“La implementación de una herramienta de comunicación bidireccional ayudó a fortalecer la transparencia del programa”, expresó Melissa Monzón, IFRC de Perú. “Las personas sabían que tenían un canal al que podían recurrir en caso de que tuvieran dudas o preguntas sobre el programa. Tener una línea de WhatsApp significó tener un vínculo directo con la Cruz Roja, lo que ayudó a incrementar la confianza. La línea también sirve como canal para recibir denuncias o quejas sobre el programa”.

Compartir información precisa, oportuna, comprensible y accesible fortalece la confianza, profundiza los niveles de participación y mejora el impacto de un proyecto. Es clave para ser transparente. La línea de WhatsApp de la IFRC es un buen ejemplo de un mecanismo de retroalimentación que puede utilizarse para garantizar que una respuesta humanitaria se base en la comunicación, la participación y la retroalimentación (Compromiso 4 de la CHS).

## Lecciones

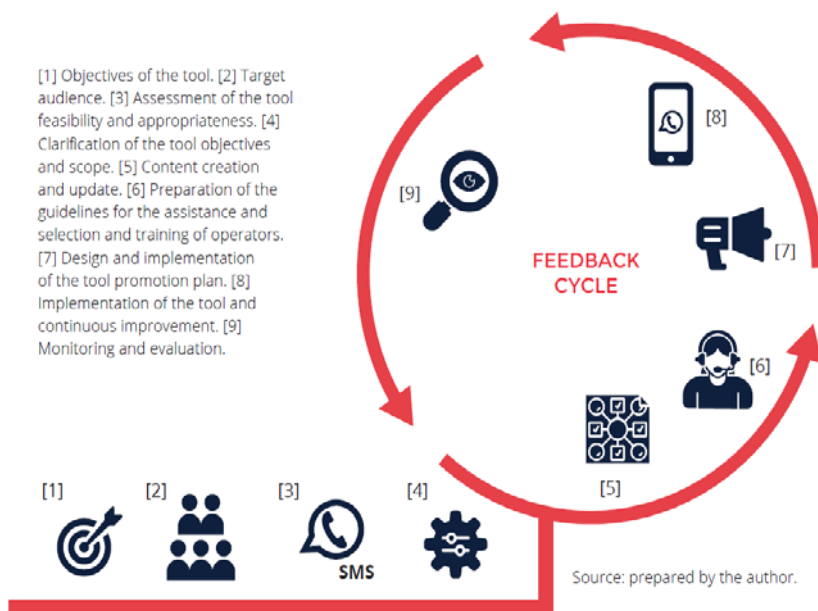
1. El estudio de caso de la IFRC ofrece muchos consejos prácticos, incluida una lista de verificación de las condiciones previas esenciales para la aplicación exitosa de la metodología de WhatsApp. El acceso a Internet es importante para los usuarios. La IFRC está considerando poner a prueba puntos de acceso gratuitos en lugares estratégicos para sus grupos destinatarios.
2. El establecimiento de una base de datos de preguntas frecuentes aseguró la eficiencia y coherencia de los mensajes. Fue importante mantener una comunicación fluida entre los operadores de la línea empresarial y el equipo de operaciones para que se pudieran tomar decisiones oportunas y hacer adaptaciones en el programa.
3. La velocidad y la confiabilidad de las respuestas disponibles para los usuarios a través de la línea empresarial rápidamente generaron confianza y un sentido de transparencia.

## Recursos

- El estudio de caso de la IFRC: [Línea empresarial de WhatsApp COVID-19/migración](#) y [Herramienta 15: Establecer y gestionar mecanismos de retroalimentación y quejas](#)
- Lee la [Guía Esfera sobre la respuesta a la COVID-19](#) y [orientación sobre asistencia de dinero en efectivo de CaLP](#)

## Para obtener más información:

- Diana Medina, gerente regional de participación comunitaria en las Américas de la IFRC: [diana.medina@ifrc.org](mailto:diana.medina@ifrc.org)



1] Objetivos de la herramienta. [2] Público destinatario. [3] Evaluación de la viabilidad y adecuación de la herramienta. [4] Aclaración de los objetivos y el alcance de la herramienta. [5] Creación y actualización de contenido. [6] Preparación de las pautas para la asistencia, la selección y la capacitación de operadores. [7] Diseño e implementación del plan de promoción de la herramienta. [8] Implementación de la herramienta y mejora continua. [9] Seguimiento y evaluación.