



WHATSAPP EMPRESARIAL **MECANISMO DE INFORMACIÓN** **Y RETROALIMENTACIÓN EN** **EL CONTEXTO DE MIGRACIÓN**

Guía orientadora regional

**© Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja,
Oficina regional para Las Américas, 2020**

Se permite citar, copiar, traducir a otros idiomas o adaptar a las necesidades locales cualquier parte de esta publicación sin autorización previa de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, siempre que la fuente esté claramente especificada.

Contacto:

Las solicitudes de reproducción comercial deben dirigirse a la Secretaría de la Federación:

Dirección: Chemin des Crêts 17, Petit-Saconnex, 1209 Ginebra, Suiza

Postal address: P.O. Box 303, 1211 Ginebra 19, Suiza

T +41 (0)22 730 42 22 | **F** +41 (0)22 730 42 00 | **E** secretariat@ifrc.org | **W** ifrc.org

TABLA DE CONTENIDOS

Tabla de acrónimos	4
1. Objetivos de la guía	5
2. El contexto de migración en la región y las necesidades de información y comunicación	6
3. Los mecanismos de información y retroalimentación para atender población migrante	8
4. WhatsApp empresarial: una alternativa innovadora y útil	9
5. Acciones clave para implementar una línea de WhatsApp empresarial	11
a. Identificamos y caracterizamos el problema que queremos resolver	11
b. Evaluamos la viabilidad y pertinencia del uso de la herramienta	11
c. Definimos el grupo objetivo, los objetivos estratégicos de la herramienta y su alcance	15
d. Generamos y validamos contenidos clave, recursos de comunicación y programamos la periodicidad del envío de mensajes	18
e. Preparamos los protocolos de atención y capacitamos a los operadores	19
f. Definimos mecanismos para recojo, sistematización y análisis de la información recolectada para promover la toma de decisiones	23
g. Diseñamos e implementamos el plan de promoción	24
h. Implementamos un piloto para poder escalar	25
i. Monitoreamos y evaluamos los resultados para seguir mejorando	25
j. Comunicamos a las comunidades los ajustes en la respuesta	27
k. Estrategia de salida	27
6. Herramientas	28
7. Bibliografía	30

TABLA DE ACRÓNIMOS

API	Interfaz de Programación de Aplicaciones (Application Programming Interface)
ATM	Cajero automático (Automated Teller Machine)
CEA	Participación Comunitaria y Rendición de Cuentas (Community Engagement and Accountability)
COVID-19	Enfermedad por coronavirus (coronavirus disease 2019)
CRE	Cruz Roja Ecuatoriana
IFRC	Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja
IM	Information Management
PTM	Programa de Transferencia Monetaria
PC	Computador personal (Personal computer)
QR	Código de respuesta rápida (Quick Response code)
SMS	Servicio de mensajes cortos o simples (Short Message Service en inglés)
SN	Sociedad Nacional
SNs	Sociedades Nacionales

1. OBJETIVOS DE LA GUÍA

El objetivo de la presente guía es ayudar a las Sociedades Nacionales (SN) de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja a establecer y gestionar un mecanismo sistemático de información y retroalimentación de la comunidad utilizando la aplicación WhatsApp empresarial. Se centra en los programas de migración, pero se puede adaptar y utilizar en otros contextos.

La orientación proporcionada aquí ha tomado como referencia las experiencias de uso del mecanismo en algunos países de América Latina durante la respuesta a la pandemia del COVID-19, situación que ha impulsado el uso de herramientas digitales para mantener la comunicación con las comunidades.

La guía proporciona orientación y herramientas para diseñar e implementar ciclos de retroalimentación que brinden flujos de datos continuos y en tiempo real, para orientar la toma de decisiones diarias. Esto contribuye a una mejor programación de nuestras operaciones, con un enfoque centrado en la gente, donde las opiniones de las personas a las que atendemos son tomadas en cuenta para la toma de decisiones en aquellos aspectos que las afectan directamente. En la parte final del documento, podrán encontrar un conjunto de herramientas que los ayudarán en el diseño e implementación de la línea

El contenido de esta guía se revisará y actualizará periódicamente, conforme avancen las experiencias de implementación de las SN y se generen nuevos aprendizajes.

2. EL CONTEXTO DE MIGRACIÓN EN LA REGIÓN Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Actualmente, la República Bolivariana de Venezuela (en adelante Venezuela) tiene uno de los grupos de poblaciones desplazadas más grandes del mundo¹. Hacia el final del 2018, alrededor de 3 millones de personas venezolanas habían abandonado su país de origen por distintos motivos, entre ellos la violencia, la persecución y la crisis económica y política².

La migración venezolana ha transformado drásticamente el panorama migratorio en América. Si bien los principales destinos de la población venezolana (Colombia, Perú y Ecuador) comparten el mismo idioma o la misma religión, factores como la diversidad cultural de cada país y el contexto histórico-estructural de discriminación y desigualdad en la región, complejizan su integración. Además, estos países de acogida son lugares con poca o nula experiencia en la recepción de personas migrantes y mantienen problemas estructurales como la informalidad, la centralización, y las deficiencias en las políticas públicas laborales, educativas y sanitarias³.

A ello se suma la vulnerabilidad del elevado número de personas migrantes indocumentadas debido a diversos factores -incluidos procedimientos y restricciones administrativas, largos períodos de espera y altas tarifas de solicitud, entre otros- quienes, además, están propensas a formas de explotación, abuso, violencia, discriminación, trata, tráfico, o a recurrir a mecanismos negativos de supervivencia⁴.

El alto grado de movilidad y la magnitud del flujo de migración en los últimos años nos ha permitido hacer una caracterización de la población migrante venezolana en Latinoamérica y el Caribe. Así, encontramos a un grupo con vocación de residencia, quienes llevan más de 6 meses viviendo en el país de acogida⁵; también, a personas migrantes pendulares, quienes realizan actividades en un país, pero retornan a su país de origen el mismo día; y a personas migrantes de tránsito, que pasan algunos días en otro(s) país(es) antes de ingresar al país de destino previsto⁶.

Según el Estudio Regional de la Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para personas Refugiadas y Migrantes de Venezuela sobre las necesidades de información y comunicación, la mayoría de personas migrantes accede a la información y se comunica a través de teléfonos móviles (76% posee un teléfono inteligente)⁷. Principalmente, utilizan

¹ UNHCR ACNUR. (2019). Refugiados y migrantes de Venezuela superan los cuatro millones: ACNUR y OIM. https://www.acnur.org/noticias/press/2019/6/5cfa5eb64/refugiados-y-migrantes-de-venezuela-superan-los-cuatro-millones-acnur-y-htm%23_ga=2.174044003.1710861379.1572814963-812802582.1572814963

² Organización Internacional para las Migraciones. (2019). Informe sobre las migraciones en el mundo 2020. https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020_es.pdf

³ Blouin, C. (Coord.). (2019). Estudio sobre el perfil socio económico de la población venezolana y sus comunidades de acogida: una mirada hacia la inclusión, Lima: Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la Pontificia Universidad Católica del Perú y PADF.

⁴ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

⁵ IFRC. (2020). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana.

⁶ Banco Mundial. (2018). Migración desde Venezuela a Colombia: impactos y estrategia de respuesta en el corto y mediano plazo. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento.

⁷ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>. Participaron en la evaluación más de 3.400 personas refugiadas y migrantes de Venezuela, personas refugiadas y migrantes de otras nacionalidades, comunidades de acogida e informantes clave.

aplicaciones de mensajería y redes sociales como WhatsApp y Facebook para mantenerse en contacto con la familia y amistades, y para buscar información⁸. Los resultados de este estudio, liderado conjuntamente por ACNUR e IFRC, fueron decisivos para definir el uso de *WhatsApp* en lugar de la aplicación *Virtual Volunteer*. Otro hallazgo relevante fue que la comunicación cara a cara es una de las fuentes de información más confiables; especialmente, para las personas migrantes en tránsito, quienes, frecuentemente, no cuentan con un teléfono móvil ni acceso a Internet. Muchas se sienten desinformadas, sus necesidades de información son altas y giran en torno al acceso a los derechos y procedimientos legales, dónde encontrar asistencia, acceso a empleos y oportunidades de medios de vida, salud y educación, entre muchos otros⁹.



⁸ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

⁹ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

3. LOS MECANISMOS DE INFORMACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN PARA ATENDER POBLACIÓN MIGRANTE

Los mecanismos de información y retroalimentación son clave para las intervenciones comunitarias, lo que incluye la atención a la población migrante, porque permiten establecer canales de comunicación de dos vías efectivos, para escuchar la voz de las comunidades sobre sus necesidades, sus demandas, preferencias en la atención humanitaria, y garantizar que las comunidades estén informadas sobre sus derechos y la asistencia disponible. La información recolectada, del mismo modo, es clave para que podamos planificar mejor la implementación de las respuestas humanitarias¹⁰.

La práctica de establecer comunicación bidireccional o de doble vía es una forma de servicio y empoderamiento tan importante que permite a las organizaciones humanitarias establecer una relación confiable con las poblaciones afectadas pues coloca a las personas al centro de la respuesta, dándoles un rol protagónico para comunicar sus necesidades, prioridades y preferencias. Este tipo de comunicación también da forma a la manera en que reciben información, oportuna y potencialmente vital, a través de los canales de comunicación que usan y que constituyen herramientas clave en épocas de distanciamiento social.

Las aplicaciones de mensajería, como WhatsApp, en el contexto de la actual emergencia sanitaria, se convierten en herramientas de comunicación innovadoras con alto alcance que no solo atienden a la población migrante cumpliendo los objetivos propios de los mecanismos, sino que además ofrecen características únicas que optimizan su funcionamiento.



¹⁰ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

4. WHATSAPP EMPRESARIAL: UNA ALTERNATIVA INNOVADORA Y ÚTIL

WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea gratuita para teléfonos inteligentes que nos permite enviar y recibir mensajes mediante Internet. Es de fácil implementación, la podemos descargar desde la plataforma de Android o IOS, e instalar fácilmente en el celular¹¹. Hace unos años, la empresa lanzó WhatsApp Business, en español empresarial, una versión idéntica a la original, pero orientada a conectar organizaciones con sus clientes.

La nueva herramienta permite crear un breve perfil de nuestra organización (descripción, dirección de correo electrónico, direcciones físicas, horarios de atención y sitio web). Además, ofrece herramientas de mensajería inteligente (saludos, respuestas rápidas y mensajes automáticos), estados y catálogos donde se pueden exponer gráficas con mensajes coyunturales y los servicios que ofrece la organización para quienes visiten el perfil, y métricas (cuántos mensajes fueron enviados, entregados y leídos). También, permite crear listas de difusión de hasta 256 contactos, siempre que los dos interlocutores hayan guardado sus números telefónicos en la agenda del celular. La cuenta la podemos usar en un dispositivo móvil a la vez, pero una vez configurada se puede abrir una sesión más desde la web, vía computadora o laptop, usando el código de respuesta rápida (QR, por las siglas en inglés de Quick Response) del celular. Si se desea abrir la sesión desde a web solo se requiere una conexión a Internet, un chip, celular, y computadora/laptop¹².

Durante la emergencia sanitaria del COVID-19, impulsadas por las restricciones de contacto físico, diversas SN de la Cruz Roja han utilizado la versión gratuita de WhatsApp empresarial como un mecanismo de comunicación de dos vías y de retroalimentación con la población migrante y con la población que atienden en cada país. Estas experiencias han demostrado no sólo la utilidad de la herramienta, sino también su flexibilidad ante los retos que surgieron durante su implementación identificando beneficios relevantes como el aporte de bi-direccionalidad a la comunicación entre la organización y los usuarios objetivo; la posibilidad de generar diálogos no solo usando textos, sino variados formatos como vídeos, fotos, audios y llamadas telefónicas (usando la aplicación o el saldo de la línea, sin necesidad de tener Internet); y, también, la oportunidad de usar aplicaciones complementarias, como el WhatsAuto, que reemplazan el rol de un operador por un chatbot o programa que imita la conversación humana a través del envío de respuestas automática al interlocutor.

¹¹ Se recomienda revisar las Condiciones del servicio de WhatsApp Business al instalarlo. WhatsApp. (2020). Aplicación WhatsApp Business. <https://www.whatsapp.com/business/>.

¹² Facebook. (setiembre, 2020a). Connecting with your customers on WhatsApp starts here. <https://www.facebook.com/business/whatsapp/get-started>

RECORDAR

WhatsApp empresarial tiene una versión de pago llamada API, la cual exige un número telefónico sin uso previo en la aplicación, un proveedor autorizado como enlace con WhatsApp y, en la mayoría de casos, un servidor externo. Entre sus beneficios destacan el envío ilimitado de mensajes programados, validados previamente por WhatsApp, y la posibilidad de manejar la línea bajo innumerables usuarios y soportes¹³. Desde la versión gratuita solo se puede operar con dos soportes como máximo (celular y PC/laptop).

EXPANSIÓN DE LOS SERVICIOS DE WHATSAPP EMPRESARIAL: EL CASO DE LA CR ECUATORIANA

La Cruz Roja Ecuatoriana (CRE) implementó, a mediados del 2020, WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria (PTM) en contexto de COVID-19, donde usó la aplicación WhatsAuto, complementaria a WhatsApp empresarial, que permite configurar un chatbot en la línea. WhatsAuto amplió los beneficios de WhatsApp pues redujo el número de horas de trabajo del operador de la línea y aumentó la rapidez de respuesta a las preguntas de los usuarios (población migrante).

PASOS PARA ABRIR PERFIL DE WHATSAPP EMPRESARIAL¹⁴

- Descargar la app de manera gratuita desde la plataforma de Android o IOS.
- Instalar y confirmar el número telefónico, puede ser móvil (recibirá un mensaje o llamada) o fijo (recibirá una llamada).
- Configurar el perfil: suba una foto (este puede ser un logotipo), nombre de la organización, categoría y descripción. También es posible agregar la dirección comercial, horario de atención, sitio web y correo electrónico.
- Configurar saludos automáticos, respuestas rápidas o un catálogo de imágenes destacables que desee compartir con sus usuarios.
- Compartir su enlace del perfil o código QR a su público objetivo.
- Revisar las estadísticas.

¹³ Facebook for developers. (setiembre, 2020). WhatsApp FAQ <https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/faq>

¹⁴ FACEBOOK. (2020, 15 de julio). How to download your WhatsApp Business App. <https://bit.ly/3eJoQP6>; WHATSAPP. (2020, 15 de julio). Aplicación WhatsApp Business. <https://bit.ly/2Bj9cMA>

5. ACCIONES CLAVE PARA IMPLEMENTAR UNA LÍNEA DE WHATSAPP EMPRESARIAL*

En esta sección, se desarrollarán los alcances de las actividades clave que se requieren implementar cuando las SNs consideren la implementación de la herramienta.

IMAGEN 1. ACCIONES CLAVE PARA IMPLEMENTAR LA LÍNEA DE WHATSAPP EMPRESARIAL



Fuente: Elaboración propia

*Al final del documento publicamos los instrumentos utilizados para el desarrollo de cada acción clave.

a. Identificamos y caracterizamos el problema que queremos resolver

Analizar y determinar la necesidad del programa o programas / operación de emergencia; el o los problemas que intentamos resolver con la población que atiende; y evaluar de qué forma las estrategias de CEA pueden contribuir, y en ese marco la función que cumpliría un mecanismo de información y retroalimentación, es una actividad central de inicio. Este proceso debe ser desarrollado de manera conjunta con el programa / operación de emergencia con base a la evidencia que se encuentre disponible. En este momento, es importante que definamos con claridad a quién o quiénes está afectando el o los problemas identificados, estos serán los grupos objetivo con los cuales se trabajará más adelante.

b. Evaluamos la viabilidad y pertinencia del uso de la herramienta

Una vez definido el problema a solucionar, evaluamos la viabilidad y pertinencia del uso de la herramienta.

Como primer paso, desde la fase de evaluación en el terreno, debemos comprobar que todos los usuarios potenciales cuenten con los medios para acceder a la herramienta: un celular, acceso a Internet y la aplicación WhatsApp descargada en su móvil. También, podemos revisar fuentes de información secundaria que informen sobre el nivel de uso y de confiabilidad de WhatsApp para el público objetivo seleccionado. Esta información nos confirmará que el público objetivo puede usar la herramienta. Asimismo, es importante

que tengamos claro que permanentemente, tenemos que desarrollar estrategias complementarias para llegar a quienes puedan quedar por fuera. Afortunadamente, WhatsApp también llega a aquellos usuarios que no tienen acceso a Internet a través de llamadas de voz o mensajes cortos de texto (SMS). No obstante, debemos estar alertas y no dejar que otras funcionalidades ocasionen que las personas queden fuera.

CONSULTANDO FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA: EL CASO DE IFRC CLUSTER ANDINO

La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC) en su Oficina del Clúster Andino en el Perú implementó, en marzo del 2020, la Línea WhatsApp empresarial COVID-19/Migración. Durante el proceso de evaluación de la viabilidad de la herramienta, IFRC usó como referencia los resultados del estudio de “Evaluación regional de necesidades de información y comunicación”¹⁵, elaborado por R4V, para conocer si su público objetivo (personas migrantes venezolanas en Perú) contaba con los medios para acceder a la línea. Además, como complemento, revisó el Informe anual de Hootsuite (2019)¹⁶, que evidencia que, en Perú, el WhatsApp es la aplicación de mensajería instantánea más popular¹⁷.

RECORDAR

Es importante identificar si el número del móvil de la persona asistida es propio o es comunitario (compartido por más personas), esto nos permitirá determinar procedimientos específicos de recolección y entrega de información desde el proceso de planificación.

Como segundo paso, evaluamos la capacidad de la Sociedad Nacional de la Cruz Roja, en términos de operatividad, disponibilidad de recursos de información y humanos para su operación.

La siguiente tabla presenta algunos requisitos básicos y complementarios que nos pueden ayudar a estimar si contamos con los recursos disponibles para implementar la herramienta. Como primera condición está el nivel de conectividad en el país, pues WhatsApp necesita que los habitantes tengan la capacidad de conectarse a Internet. El siguiente requisito apunta a los recursos materiales necesarios para operar la Línea desde la Sociedad Nacional: un celular (con chip) y una computadora.

Otro punto importante a considerar es proyectar cuántas personas estarán dedicadas a la gestión y atención de la línea. Este punto es clave pues de ello dependerá el tipo de interacción que tendremos con el público objetivo.

En la tabla 1 se sugiere la dedicación de una persona a tiempo completo (para atender la línea, registrar los datos, analizarlos y para promocionarla), pero lo recomendable es tener más operadores, o bien, configurar un sistema que entregue los mensajes simulando una

¹⁵ Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

¹⁶ Hootsuite. (2020, 15 de julio). The global state of digital in 2019. <https://bit.ly/2CAvp9B>

¹⁷ El informe anual de Hootsuite es un estudio brinda información sobre el uso de las redes sociales, comercio electrónico y dispositivos móviles en todo el mundo. El informe 2020 puede ser consultado en el siguiente link: <https://wearesocial.com/digital-2020>

TABLA 1. LISTA DE VERIFICACIÓN DE REQUISITOS

Requerimientos	Necesario	Preferido
Externos		
Buena conectividad a Internet en el país.	✓	
Recursos materiales		
SN con acceso a Internet y a buena conectividad	✓	
Equipo: teléfono celular y computadora (1 teléfono y 1 computadora para cada operador en la línea)	✓	
Recursos humanos		
Una persona a tiempo completo para la tarea (para atender la línea, registrar los datos, analizarlos y para promocionarla).	✓	
Uno/dos operadores para dar soporte a la línea en caso de ser necesario.		✓
Personal técnico (médico): en caso de que necesite orientación médica.		✓
Habilidad para atender en múltiples lenguajes (de acuerdo con el contexto, pensando en no excluir personas).	✓	
Instrumentos		
Banco de mensajes clave (puede contactar a la IFRC para esto y expandirla con mensajes específicos, de acuerdo al contexto)	✓	
Sistema para recolectar la retroalimentación (o usar el modelo que viene en el kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19).	✓	
Presupuesto		
Presupuesto para un plan de datos, teléfono y una laptop o computadora de escritorio.	✓	
Presupuesto para la sostenibilidad: contratar a más personas, mejorar la tecnología y adaptación de contenidos.		✓

Fuente: Elaborado a partir de la Guía de implementación de la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19 y los casos de estudio de Perú y Ecuador.

conversación humana (chatbot), para que de esta manera se pueda responder de manera inmediata y efectiva.

Si contratamos personal para el manejo de la línea debemos elaborar los perfiles y funciones requeridas de acuerdo con los temas que se cubran, de la demanda y de las proyecciones de institucionalización de esta. Priorizando siempre garantizar una atención de calidad, oportuna y que responda a las necesidades de los usuarios.

Si no podemos emplear operadores, sea por falta de recursos, tiempo o idoneidad del perfil, un chatbot puede ser la solución parcial, porque recordemos que lo que valora la población usuaria es la respuesta a sus necesidades, y no siempre estas respuestas van a poder ser automatizadas. El chatbot requiere una configuración inicial que consiste en programar las respuestas que se darán al interlocutor y, durante la marcha, amerita una actualización constante de acuerdo a las necesidades de los usuarios y usuarias. Actualmente, existen

aplicaciones gratuitas listas para colocar los mensajes, lo que reduce tiempos y experiencia en programación¹⁸.

Finalmente, armamos el presupuesto de nuestra Línea. Para ello, podemos revisar la tabla 2, que muestra un monto de inversión básico para preparar un presupuesto realista. Asimismo, debemos proyectar un cronograma que incluya con qué frecuencia se llevará a cabo cada actividad, y el tiempo necesario para preparar e implementar las actividades¹⁹.

TABLA 2. PRESUPUESTO BÁSICO POR AÑO

Costos	USD
Plan de datos	1000
Equipos (laptops, teléfonos, chip)	2500
Publicidad en redes sociales u otros medios	1500
Personal (2 operadores y 1 coordinador)*	Variable
Producción y/ adaptación de materiales de comunicación	2000
TOTAL	7000

Fuente: Elaborado a partir de la Guía de implementación de la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19 y los casos de estudio de Perú y Ecuador.* Los costos del personal varían de acuerdo a lo que cada SN decida, es decir si se contrata personal o se apela al personal con el que se cuenta, inclusive voluntarios capacitados.

Debemos advertir que la puesta en marcha de la Línea de WhatsApp repercute en la reputación de la institución. Por ello, es necesario analizar detenidamente los pasos previos para tener una ejecución óptima. De no contar con los requerimientos mínimos, se debe desistir o buscar el financiamiento para lograrlo o esperar a contar con tener las condiciones requeridas. Asimismo, es recomendable establecer un proceso para la protección de la reputación durante la ejecución de la herramienta. Desarrollar un plan de contingencias que contemple situaciones negativas como la ausencia del operador de la Línea, una caída de red, entre otros, también podría ayudar a cuidar la reputación de la SN y garantizar la operatividad de la Línea.

RECORDAR

El enfoque CEA se caracteriza por incluir a quienes corren el riesgo de ser excluidos. Debemos identificar todos los riesgos para evitar dejar por fuera a una gran cantidad de persona. Por ejemplo, un riesgo que IFRC y Cruz Roja Ecuatoriana identificaron fue la falta de acceso a Internet; por ello utilizaron SMS y llamadas telefónicas para responder o contactarse con quienes son parte de su público objetivo. Nuestra herramienta debe cuidar de que no haya limitantes en nuestra interacción con el público objetivo. Por lo expuesto, es clave que tengamos presente, que la estrategia CEA debe considerar todos los medios que sean más pertinentes para facilitar los procesos de información, de diálogo con las comunidades, donde la herramienta de WhatsApp es una herramienta importante pero no es la única.

¹⁸ Se sugiere revisar el estudio de caso de Ecuador: WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana.

¹⁹ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). *Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos*. Comité Internacional de la Cruz Roja. https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espanol.pdf&subfolder_nav_tracking=1

NÚMERO DE CONSULTAS POR CANTIDAD DE PERSONAS DEDICADAS A LA LÍNEA

La Línea de WhatsApp de Perú COVID-19, en sus primeras dos semanas, recibió alrededor de 26 mensajes por día²⁰ teniendo dos operadoras a tiempo completo. La Línea de WhatsApp de Ecuador del PTM recibió un promedio de 190 mensajes por día y 18 llamadas diarias por la aplicación y la línea telefónica²¹ y fue operada por una persona y un chatbot.

c. Definimos el grupo objetivo, los objetivos estratégicos de la herramienta y su alcance

El grupo objetivo o población a la que dirigiremos la herramienta es aquella que está directamente afectada por el o los problemas que hemos identificado y queremos resolver. En este momento, debemos precisar con claridad a quién o quiénes se dirigirá la herramienta. Esta claridad es importante para poder responder a sus necesidades de información, de escucha, sus expectativas con respecto a los servicios que estamos prestando, etc. Por ello, debemos conocerlo muy bien.

Luego será clave preguntarnos cuál es el objetivo (s) de la herramienta, qué se pretende lograr con su aplicación. A continuación, la tabla 3 muestra algunas opciones de objetivos de acuerdo con las necesidades específicas que puedan tener los programas. Los objetivos estratégicos deben ser redactados de manera clara y concisa, cuidando que sean realistas y alcanzables, y previendo que sean medibles posteriormente.

TABLA 3. OBJETIVOS DE LA HERRAMIENTA WHATSAPP SEGÚN LAS NECESIDADES DE LOS PROGRAMAS

Necesidad del programa	Objetivo del mecanismo de retroalimentación	Ejemplo
Mejorar la participación y la retroalimentación de la comunidad	La herramienta se enfocará en propiciar oportunidades de participación y escucha, responder y actuar sobre la retroalimentación inmediatamente.	Caso de Ecuador: Programa de Transferencia Monetaria (PTM). La línea de WhatsApp fue el medio para absolver, de manera inmediata, las consultas y quejas sobre el PTM, así como abordar rumores.
Brindar información como ayuda	La herramienta se concentrará en ofrecer información relevante, oportuna, que llame a la acción, con el potencial de salvar vidas de manera rápida, eficiente y a gran escala.	Caso de Perú: La línea de WhatsApp nació en un contexto donde los canales de información oficial sobre el COVID-19 eran escasos, su objetivo fue brindar información oportuna, relevante y que salve vidas al inicio de la pandemia.

²⁰ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020e). Línea de información sobre COVID-19. Resultados de las dos últimas semanas (01 al 14 de mayo 2020) IFRC.

²¹ Cruz Roja Ecuatoriana (2020). Participación Comunitaria. "Programa de Transferencias Monetarias (PTM) para población en situación de movilidad humana y comunidades de acogida"

Necesidad del programa	Objetivo del mecanismo de retroalimentación	Ejemplo
Comunicación para el cambio social y de comportamiento	La herramienta apuntará a que las comunidades adopten prácticas que serán para su beneficio.	La herramienta puede ayudar a promover la adopción y sostenimiento de comportamientos de prevención y protección en diferentes temas clave como salud, agua y saneamiento, prevención de la violencia de género, etc.
Planear actividades de abogacía basada en datos empíricos	La herramienta fomentará la participación de la comunidad para tomar acciones para que sus necesidades sean consideradas por los tomadores de decisiones.	La información diaria o semanal generada por las interacciones con los usuarios brinda información clave para atender cada vez mejor a la población migrante, que puede ser de interés no solo de las SN sino también de todos los actores que están actuando en el territorio en la respuesta a migración, para ello serán necesarias acciones de abogacía.

Fuente: Adaptación propia. Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos. Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espan%20.pdf&subfolder_nav_tracking=1

Finalmente, definimos qué tipo de interacciones se cumplirían usando la herramienta; es decir, si se llegaría al público objetivo a través de conversaciones grupales o listas de difusión; conversaciones individuales personalizadas; conversaciones por medio de respuestas automatizadas a través del chatbot; o todas estas opciones combinadas.

CASO CICR MÉXICO – LISTA DE DISTRIBUCIÓN SIN RECOLECCIÓN DE DATOS PERSONALES

La herramienta de WhatsApp Business implementada por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) en México es unidireccional, su objetivo es transmitir información; para ello, envía piezas de comunicación con mensajes de autocuidado para personas migrantes a una lista de socios clave o re-editores²², que en este caso son coordinadores de albergues, puntos focales, consulados, organizaciones, agencias e instituciones identificadas que se relacionan cotidianamente con la población migrante. Estas instituciones aliadas a su vez actúan como cajas de resonancia, es decir envían los mensajes y materiales de comunicación recibidos a las personas migrantes con quienes tienen contacto. Complementariamente, las piezas de comunicación, que también se encuentran públicas en la página web del CICR, tienen el número de la Línea de WhatsApp invitando a las personas migrantes a guardar el número y contactarlo para recibir los mensajes de autocuidado. Cuando las personas migrantes lo contactan, reciben los mensajes de autocuidado, y si hacen otra consulta se responde con un mensaje con los datos telefónicos y web del CICR, para mantener el uso de la línea de WhatsApp como un mecanismo informativo y comunicación de una vía.

²² Los “re-editores” son personas o instituciones que tienen un público, o un conjunto de personas con credibilidad y legitimidad para proponer y modificar acciones y mensajes. Obregon, R., Rodríguez, C., & Vega, J. (2002). Estrategias de Comunicación para el Cambio Social. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES).

La promoción de Línea se realizó a través de publicidad en Facebook y posters en puntos de alta influencia, invitando a la población migrante a contactarse vía WhatsApp. Asimismo, se trabajó con los co-editores para que compartan el número telefónico con las redes de migrantes, ellos son actores clave para el funcionamiento de la herramienta.

CASO FIRC PERÚ – LISTA DE DISTRIBUCIÓN CON CONSENTIMIENTO DE USO DE DATOS PERSONALES

La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en su Oficina del Clúster Andino en el Perú (FIRC Perú) decidió mantener una comunicación constante y de manera individualizada con la población migrante en Perú integrando en una Lista de distribución de WhatsApp a las personas migrantes de la Línea de WhatsApp COVID-19 y del Programa de Transferencia Monetaria (PTM) que, vía consentimiento informado, aceptaran recibir información vía la herramienta.

Consentimiento informado

Las personas migrantes cuyo primer acercamiento fue a través de la Línea de WhatsApp COVID-19 recibieron la siguiente consulta al finalizar la conversación: “Cruz Roja entregará información especializada para población en movilidad. ¿Desea que lo agreguemos en este grupo para recibir información? SÍ / NO”. Si la persona solicitaba mayor información se respondió: “Recibirás información en salud, de cómo vivir de manera saludable, información de interés, en primeros auxilios, y otro tipo de información dirigida a la población en movilidad humana”.

Las personas pertenecientes al Programa de Transferencia Monetaria automáticamente quedaban registradas a la Lista de distribución pues el compromiso de integración al Programa contempla la aceptación de recibo de información de FIRC Perú.

Protección de datos

Los datos de los usuarios que aceptaron recibir información, tales como nombres completos, sexo, edad, región de donde les escriben, el número de teléfono y alguna observación relevante, se registran de manera confidencial y uso exclusivo para solo 3 personas (los operadores de la Línea) en un archivo Excel ubicado dentro del Feedback Logsheet en donde se agrega todas las atenciones que se recibe en la línea.

Cada usuario es identificado además con un código que contempla el año, el país y el número correlativo (20PE01). Con este código se guarda el número de teléfono del usuario en el celular.

Generación de contenidos

Los contenidos se vienen gestionando como una parrilla de redes sociales (se puede usar Teams o Smartsheet) para hacer envíos tres veces a la semana en base a los temas que interesan más a los migrantes para recibir información. Estas necesidades de información fueron identificadas en una encuesta virtual enviada a los usuarios vía WhatsApp.

RECORDAR

Contar con una base de datos con los números de teléfono móvil del público objetivo representa una importante ayuda. Por ello, se recomienda planificar mecanismos de solicitud de datos de contacto de los usuarios a implementar durante la interacción con los usuarios, por ejemplo, preguntas consultando si desean recibir información sobre los programas de la SN o un tema de su interés. De esta manera, podemos guardar sus números telefónicos, con consentimiento, y generar nuevos canales de comunicación para entregarles información relevante.

d. Generamos y validamos contenidos clave, recursos de comunicación y programamos la periodicidad del envío de mensajes

Teniendo claro quién (s) será nuestro grupo objetivo y los objetivos estratégicos de la herramienta, debemos generar un banco de preguntas y respuestas y un banco de mensajes clave que necesitamos comunicar para cumplir con nuestros objetivos. Esto porque responderemos a las preguntas que nos hagan, pero también podremos enviar mensajes que estamos interesados en comunicar. En ambos casos, los contenidos deben ser culturalmente adaptados, claros y cortos. Ambos bancos de información pueden ser adaptados y alimentados periódicamente, conforme avance la implementación de la herramienta.

Recordemos que cuando identificamos el problema, nos hemos preguntado también con respecto a las necesidades de información del grupo objetivo, para conocerlas en mayor profundidad podemos revisar documentos de experiencias previas dirigidas al mismo público objetivo²³ y recopilar dudas, consultas y retroalimentación para generar respuestas o mensajes oportunos. Asimismo, podemos establecer contacto con el grupo para consultarle sobre sus necesidades y/o intereses de información respecto al tema que manejará la línea²⁴. También, podemos consultar a las instituciones aliadas que están trabajando en el territorio con la población migrante, e identificar las principales demandas de información.

Tan importante como el banco de mensajes y el de preguntas y respuestas, es la preparación de un set de materiales de comunicación (gráficos, audios, videos) que ayuden a reforzar las respuestas a determinadas preguntas o para reforzar mensajes clave que deseamos comunicar. De esta forma, el operador tendrá a mano estos recursos para usarlos cuando sea necesario.

Validar estos materiales y los mensajes clave es un paso importante que no puede ser descuidado, para asegurar su comprensión, aceptación, valoración de parte del grupo objetivo. Para ello, es importante que contactemos con un grupo de miembros del grupo objetivo, o como mínimo, con algunos voluntarios locales, para poder conocer su opinión y desarrollar los ajustes que sean necesarios en coordinación con el área de Comunicaciones para su correcta ejecución a nivel gráfico e institucional.

²³ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos. Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espan%20.pdf&subfolder_nav_tracking=1

²⁴ Ver "Caso FIRC Perú – Lista de distribución con consentimiento de uso de datos personales"

Con la seguridad de que nuestros mensajes son oportunos y comprensibles, preparamos un documento orientativo para el trabajo de los operadores de la Línea de WhatsApp que les permita usar con pertinencia y oportunidad el banco de mensajes y el de preguntas y respuestas.

Determinar la periodicidad del envío de mensajes al grupo objetivo, es decir programar de manera estratégica el envío de mensajes es una actividad que debemos desarrollar con anticipación, tomando en cuenta no saturar al grupo objetivo.

RECORDAR

Preparar y actualizar el banco de mensajes y preguntas y respuestas, así como el set de materiales de comunicación de soporte es una actividad central antes del lanzamiento de la línea. Su actualización debe ser periódica conforme avance la implementación²⁵.

BRANDING A TRAVÉS DE LOS CATÁLOGOS DE WHATSAPP EMPRESARIAL

WhatsApp Empresarial permite exponer gráficas con mensajes en su catálogo ubicado en el perfil de la organización. Por ello, además de los datos de contacto de la SN se pueden colocar piezas de comunicación de relevancia para el público objetivo, que contribuyan a posicionar a la SN, sus programas y la propia línea.

e. Preparamos los protocolos de atención y capacitamos a los operadores

Diseñar los protocolos que sean necesarios para garantizar la operación de la línea sin improvisación es clave, esto nos ayudará a atender y gestionar todas las interacciones de manera profesional, confidencial, protegiendo los datos y manejando un procedimiento estandarizado de respuesta a las interacciones²⁶. Los protocolos son importantes porque sistematizan los procesos y reducen los errores y el tiempo de aprendizaje de los operadores ya que orientan sobre los detalles de la atención y pueden ser actualizados cada vez que sea necesario.

Protocolo de atención

En el protocolo de atención definimos, claramente, los pasos que seguirán los operadores o el chatbot al interactuar con el público objetivo; desde cómo tener acceso a la herramienta, las políticas de protección de datos, cómo responder ante información sensible²⁷, el saludo de bienvenida, el tono de la comunicación, los tiempos de respuesta máximos, el registro de las interacciones, el manejo de aquellas que pueden ser complejas, así como el cierre de cada una de ellas.

²⁵ Se recomienda revisar la experiencia de Ecuador: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana y la experiencia de Perú: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). Línea WhatsApp empresarial COVID-19/Migración. Caso de estudio. IFRC.

²⁶ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020c). Kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19. IFRC.

²⁷ La información sensible es aquella que informa sobre abuso y explotación sexual; corrupción, extorsión y/o fraude; violación del código de conducta; y violencia sexual o de género. International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

Además, debemos incluir pautas generales que fomenten el manejo responsable de los datos, priorizando los registros anónimos y eliminando cualquier dato personal que no sea necesario²⁸. Es fundamental garantizar la seguridad, el respeto a la dignidad y la privacidad de las personas que se están comunicando con nosotros tanto para pedir información como para brindarnos retroalimentación sobre nuestros servicios²⁹.



En caso de que se tengan que manejar derivaciones, por ejemplo, como puede ser el caso de una atención de apoyo psicosocial, estos protocolos también deben ser considerados a través de flujogramas internos, previamente coordinados y validados con las áreas involucradas, que contemplen la ruta a seguir³⁰. También, se puede utilizar grupos internos de WhatsApp con las personas clave de las áreas de la institución con objetivos de uso específicos y previamente convenido³¹.

Protocolo de protección de datos

Los datos personales son cualquier información que, por sí sola o con otra data, pueda conducir a la identificación³² de una persona o *sujeto de datos*³³. Por ello, manejar responsablemente los datos recopilados en la herramienta es clave para garantizar la seguridad, la dignidad y la privacidad de las personas que brindan información y retroalimentación; además de generar confianza en ellas³⁴. Durante el uso de la herramienta, recolectaremos y solicitaremos datos personales de la población atendida. Por ello, debemos considerar algunos protocolos de privacidad de datos sin que ello sustituya el cumplimiento de las políticas emitidas por la IFRC:

Definir los datos personales que se solicitarán a los usuarios de la línea, uno de los datos inherentes a la herramienta es el número telefónico, este no debe guardarse ni mantenerse visible a personas no autorizadas. Al almacenar la retroalimentación de la población asistida, identificaremos cada interacción con un código diferente al número de celular del usuario.

²⁸ International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

²⁹ International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

³⁰ Se recomienda revisar la experiencia de Ecuador: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana.

³¹ Se recomienda revisar la experiencia de Perú: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). Línea WhatsApp empresarial COVID-19/Migración. Caso de estudio. IFRC.

³² Por ejemplo, el nombre, material audiovisual donde aparezca, un número de identificación, datos de ubicación, un identificador en línea, etc.; también, información relativa a la identidad física, fisiológica, genética, mental, económica, cultural o social. International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. ICRC. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

³³ Sujeto de datos significa una persona física (es decir, un individuo) que puede ser identificado, directa o indirectamente, en particular por referencia a Datos personales. International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection.

³⁴ International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

Además, debemos evitar formar grupos de WhatsApp con nuestros usuarios ya que revelan sus datos (número telefónico, foto de perfil, estado, etc.) a los demás miembros. La solicitud de otros datos, como el sexo, la edad o la ubicación, debe ser evaluada junto con el Data Controller (persona que determina los fines y los medios del procesamiento de datos personales)³⁵ cuidando de tener, siempre, los datos personales más básicos para cumplir con los objetivos de la línea.

Operar correctamente la solicitud del consentimiento, debemos definir el momento y la forma de requerir el consentimiento para registrar los datos personales a los usuarios de la herramienta. Lo recomendable es que sea al finalizar la atención de la herramienta; es decir, después de brindado el servicio para que no sea percibido como un condicionante. Además, debemos destacar que no es necesario responder afirmativamente a la solicitud utilizando alternativas como “No desea responder”. Para ello, debemos asegurarnos de contar con un guion base para el pedido de consentimiento y sobre todo que todo el equipo involucrado (en especial los operadores) comprenda que el consentimiento es la base para la recopilación de información personal, y sucede cuando una persona acepta, en libertad y bajo una condición informada, el procesamiento específico de los datos personales que entrega. La condición informada implica comunicar de manera fácil, accesible y en la lengua del sujeto de datos cómo se procesará y qué uso se dará a la información recibida³⁶.

Cuidar la veracidad de los datos recopilados, debemos tomar todas las precauciones razonables para garantizar que los datos personales recogidos sean precisos y actualizados; además si se identifica que son inexactos se deben corregir o eliminar sin demora³⁷.

Someter los datos recopilados a un alto grado de protección, durante el procesamiento de la retroalimentación, los datos deben ser anonimizados; una vez ingresados, debemos eliminarlos de la herramienta y cuidar el acceso o uso no autorizado a los soportes donde se almacena la data (computadoras, laptops, celulares y la cuenta de WhatsApp donde está inscrita la línea)³⁸.

Establecer el período mínimo de retención de datos personales, en coordinación con las áreas involucradas, debemos diseñar un proceso de evaluación que identifique si los datos siguen siendo útiles para la ayuda humanitaria o si ya no son necesarios para los fines para los que fueron recogidos. Una vez finalizado el uso, los datos deben eliminarse³⁹.

Formar un equipo único que acceda a los datos, conformado por miembros capacitados en protección de datos, tratamiento y manejo de retroalimentación sensibles, con deber de discreción y conducta intachable⁴⁰.

Protocolo de atención de información sensible

A través de la herramienta, podemos recibir información sensible que denuncie temas de abuso y explotación sexual; corrupción, extorsión y/o fraude; violación del código de conducta de la organización; y violencia sexual o de género⁴¹, contra el personal de IFRC o

³⁵ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

³⁶ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

³⁷ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

³⁸ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

³⁹ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

⁴⁰ International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

⁴¹ International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

un agente externo. A continuación, se ofrecen algunas pautas para elaborar los protocolos de atención de información sensible sin que ello sustituya el cumplimiento de las políticas emitidas por la IFRC:

Definir la vía para la derivación de información sensible, debemos hacer un mapeo del servicio básico de protección para establecer a dónde derivaremos los casos en los que no tengamos competencia. Para los casos donde se denuncie al personal de la Cruz Roja por alguna mala práctica, debemos establecer un procedimiento interno de atención, en coordinación con la Oficina de Auditoría Interna e Investigaciones, y Recursos Humanos⁴².



Establecer los datos que se solicitarán, debemos fijar qué datos recopilaremos del suceso, cómo los solicitaremos y bajo qué denominación documentaremos la información sensible en nuestra base de datos⁴³.

Ofrecer un espacio de protección y seguridad, debemos asegurarnos de que la herramienta otorgue seguridad a los usuarios que reporten información sensible y protección ante las represalias que puedan surgir⁴⁴.

Prevención de la explotación y los abusos sexuales, es importante que fortalezcamos

los sistemas internos de notificación, investigación y seguimiento de eventuales infracciones del código de conducta, del reglamento de personal y del reglamento interno de personal, especialmente los referentes a la explotación y los abusos sexuales⁴⁵.

Protocolo para el registro y gestión de la información recolectada

La implementación de la línea generará información diaria producto de las interacciones que se generarán. El registro apropiado de esta información como su posterior análisis para la toma de decisiones, requiere también un protocolo claro. Encontraremos los detalles en el punto “f” de la presente guía.

Protocolo para la alimentación y gestión del banco de mensajes y preguntas y respuestas

Mantener actualizados estos dos bancos es central y requiere un protocolo claro que permita identificar quién o quiénes serán responsables de este proceso, cada cuánto tiempo, con qué instancias de la organización se debe coordinar previamente para asegurar que las actualizaciones son técnicamente pertinentes, validadas, etc.

⁴² Tinde, T. (2018). Política de la Federación Internacional sobre prevención de la explotación y los abusos sexuales e intervención a raíz de esos actos. Número de versión: 1.0.

⁴³ International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

⁴⁴ Tinde, T. (2018). Política de la Federación Internacional sobre prevención de la explotación y los abusos sexuales e intervención a raíz de esos actos. Número de versión: 1.0.

⁴⁵ Tinde, T. (2018). Política de la Federación Internacional sobre prevención de la explotación y los abusos sexuales e intervención a raíz de esos actos. Número de versión: 1.0.

Capacitación a los operadores

Los operadores de la línea son actores clave considerando que son las personas que desarrollan las interacciones con los usuarios. Por ello, deben ser capacitados en el uso de la herramienta y su gestión, sino también en protección de datos, privacidad y consentimiento, temas prioritarios durante la gestión de la operación de la línea y la recolección de datos⁴⁶.

Los operadores también deben tener claro conocimiento de los valores de la Cruz Roja. La capacitación funcional de los operadores es tan importante como la capacitación en los valores institucionales, esto les permitirá comprender mejor su rol y la calidad de las interacciones que debe garantizar con cada usuario⁴⁷. Asimismo, se recomienda generar un set básico de formación del operador para que desarrolle las capacidades que su función requiera, esto implica abordar temas de protección infantil, prevención del abuso sexual y acoso, el enfoque de género, entre otros.

Del mismo modo, si la línea tiene un período de implementación largo, es importante que programemos capacitaciones periódicas, ello nos permitirá garantizar que se apliquen los protocolos.

RECORDAR

Utilizar grupos de WhatsApp para enviar mensajes a más de un usuario a la vez puede atentar contra la privacidad de los usuarios porque exhibe su número telefónico ante los demás integrantes del grupo; es preferible utilizar las Listas de difusión. Para ello, es necesario que tanto la organización como los usuarios a los que se enviará el mensaje guarden en la agenda telefónica el número de celular como contacto o establecerlo como un canal unidireccional como en el caso del CICR México.

PROTOCOLOS PARA APS: EL CASO DE LA IFRC OFICINA DE PAÍSES ANDINOS

Ante la recurrencia de preguntas sobre temas asociados a Apoyo Psicosocial, la IFRC preparó protocolos especiales para que los operadores puedan manejar los primeros auxilios emocionales iniciales, reconocieran casos más complejos, y gestionaran derivaciones a otros servicios de la organización.

f. Definimos mecanismos para recolección, sistematización y análisis de la información recolectada para promover la toma de decisiones

Registrar la información generada de las interacciones diarias con los usuarios es muy importante para garantizar contar con información fiable para tomar decisiones, para ello podemos usar una hoja de cálculo de Excel con un *tablero de control* o *dashboard* integrado que permita la visualización inmediata de los datos y se actualice a medida que se ingresa nueva data generada. Recomendamos que se use la plantilla del Kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19 (ver plantilla del caso de Perú en

⁴⁶ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). *Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos*. Comité Internacional de la Cruz Roja. https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espanol.pdf&subfolder_nav_tracking=1

⁴⁷ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020c). Kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19. IFRC.

herramientas). De esta manera, la información queda documentada en un formato de datos simple y estándar para todas las SN, que ofrece vistas de los resultados en tiempo real.

Es importante, como ya lo mencionamos, elaborar un protocolo para la alimentación de la hoja de registro de las retroalimentaciones, que deje muy claro los objetivos de este registro, la forma cómo debe ser registrada cada interacción en tiempo real siempre respetando la legislación nacional, los protocolos de privacidad de las SNs, y los protocolos de privacidad que tiene IFRC. Por ejemplo, le podemos asignar un código a cada nueva conversación y en una celda agrupar todos los datos recogidos de la interacción (la fecha, los datos del recolector, los datos privados del usuario, los temas principales abordados, el tipo de información brindada, las consultas o necesidades de información del usuario, y si la conversación se cerró, es decir se brindó el mensaje final de agradecimiento y se recogieron los datos personales).

Para la sistematización y el análisis de la información, debemos definir los roles y responsabilidades de las áreas involucradas en la Sociedad Nacional; para ello, los flujogramas de atención consensuados con los involucrados son la mejor opción. En ellos trazaremos la ruta interna que seguiremos para el uso de los reportes para apoyar la toma de decisiones, esto nos ayuda a garantizar que la información que se vamos recogiendo de las interacciones con los usuarios sea socializada internamente con los programas involucrados y se tome decisiones oportunas.

RECORDAR

Tener un protocolo claro para el registro, análisis de la información recolectada y su uso para la toma de decisiones es central. Su diseño debe ser previsto para garantizar un proceso transparente de retroalimentación y con la protección de datos siguiendo las normas de la legislación nacional, los protocolos establecidos por cada SN y los recomendado por y de IFRC.

PERIODICIDAD DEL LLENADO DE LA HOJA DE REGISTRO: LOS CASOS DE LA CR ECUATORIANA Y LA IFRC OFICINA DE PAÍSES ANDINOS

La IFRC estableció el registro de la retroalimentación diario, al finalizar el turno de cada operador. La Cruz Roja Ecuatoriana, que tenía sólo un operador, registraba la información todos los domingos, que era el día que recibía menos consultas por la Línea. Ambas experiencias tuvieron un monitoreo y análisis oportuno que les permitió tomar decisiones clave durante la operación de la Línea⁴⁸.

g. Diseñamos e implementamos el plan de promoción

El cumplimiento de este paso es clave para asegurar el posicionamiento de la herramienta en el público objetivo y lograr un uso intensivo de la misma por parte de la población objetivo.

⁴⁸ Se recomienda revisar la experiencia de Ecuador: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana, y la experiencia de Perú: Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). Línea WhatsApp empresarial COVID-19/Migración. Caso de estudio. IFRC.

Como primera acción debemos definir los objetivos de comunicación; es decir, identificar qué queremos lograr con el plan de promoción, de manera precisa, realista y en concordancia con los objetivos estratégicos de la herramienta y el público objetivo. También, tenemos que definir el presupuesto para la promoción de la herramienta; así como, buscar y comprometer al recurso humano necesario para trabajar el diseño e implementación del plan de promoción. Esta actividad debe ser coordinada con las unidades de comunicación de las SN.

Las acciones de promoción deben asegurar usar los medios que más consume la población objetivo y aquellos que nos permita llegar al mayor número de usuarios posibles, por ejemplo, en el caso de la población migrante son las redes sociales. Algunas acciones estratégicas de promoción pueden ser gestionar entrevistas de voceros institucionales en medios de gran alcance, mensajes de promoción en redes sociales, volantes, involucrar el trabajo con influenciadores, etc. Es clave que estas acciones se plasmen en un plan de trabajo que además diferencie acciones de promoción para el lanzamiento y otras para el mantenimiento de la línea.

h. Implementamos un piloto para poder escalar

Es recomendable que la implementación de la herramienta pueda tener un período de implementación con un alcance territorial y temático acotado, con el objetivo de poder probar el funcionamiento de la línea en general, es decir el funcionamiento de los protocolos, la gestión de las interacciones, las reacciones iniciales del grupo objetivo, la ruta para la recolección y análisis de información, etc. Esto nos ayudará a incorporar los aprendizajes de manera rápida y con ello resolver cualquier dificultad de inicio. El tiempo de duración de esta implementación piloto antes del escalamiento, debe ser definido por cada SN. En el caso de la CR ecuatoriana que aplicó la herramienta para apoyo al PTM que tuvo un período corto de duración (1 mes), el piloto lo desarrollaron sobre la marcha, fue la primera semana de implementación donde pudieron ver si todo funcionaba como lo esperaban y ajustaron lo que fue necesario para poder continuar.

i. Monitoreamos y evaluamos los resultados para seguir mejorando

Monitorear el funcionamiento de la herramienta es clave y la periodicidad para hacerlo puede ser diaria o semanal, y debe generarse un reporte ejecutivo de los avances, principales preguntas que llegan de los usuarios, nuevas necesidades de información, interacciones complejas, dificultades de los operadores, demandas de nuevos servicios, dificultades en el uso mismo de la herramienta, etc.

El reporte ejecutivo de monitoreo debe dar una idea clara sobre la evolución de la línea sobre, por ejemplo:

- Número de usuarios nuevos diferenciados por género
- Número de interacciones que se cerraron
- Tipo de retroalimentación (pregunta, queja, comentario, sugerencia, agradecimiento, etc.)
- Número y tipo de preguntas nuevas
- Número y tipo de preguntas que no tuvieron respuesta o se demoró en la respuesta
- Número de quejas de los usuarios sobre los servicios que prestan las SN
- Número de usuarios que expresan satisfacción con la interacción
- Etc.

El reporte debe ser generado en un plazo breve, y circulado de manera inmediata con las diferentes instancias de la SN que se haya definido en el protocolo para tomar decisiones con base en esta información. Estas decisiones deben quedar registradas también de tal

manera que podamos luego evaluar cuánto y cómo respondimos a las demandas de los usuarios.

La medición de la satisfacción con el uso de la línea dependerá del tipo de temas que se están abordando. Por ejemplo, si la línea tiene un grupo de usuarios cautivo y predeterminado, con los que se va a interactuar por un período de tiempo de manera cercana, como es el caso de la línea de WhatsApp para PTM, se puede aplicar una encuesta de satisfacción al cierre del proceso, es decir, cuando concluya el programa y se logre que todos los usuarios hayan logrado acceder a la ayuda, un mes aproximadamente.

También, se podría aplicar una breve encuesta de satisfacción luego de cada interacción con el usuario, aquí le podemos consultar sobre su nivel de satisfacción con relación a la calidad de la información y sobre la solución a sus dudas o consultas. Además, podemos aprovechar ese momento para consultar si autorizarían registrar su información para ser incluidos en listas de difusión de la organización que les permita recibir periódicamente información sobre temas de interés. Adicionalmente, podemos utilizar este punto de contacto para conocer qué información le gustaría recibir y por qué medio busca o preferiría recibir esta información.

Dependiendo del tiempo de duración de la línea, se definirá en qué momento es oportuno evaluar los resultados de ésta. Si bien es cierto que el monitoreo diario o semanal brinda información clave y permite ir tomando decisiones de mejora de la línea, y de mejora de los servicios que prestamos desde los programas, es central tener una evaluación de medio término y final si se decidiera el cierre de la línea. Esto permitirá desarrollar un balance general de los aprendizajes y sobretodo conocer de manera objetiva si logramos o no los objetivos planteados.

En este marco, debemos prever la documentación de la experiencia bajo la modalidad de un caso de estudio que permita socializar nuestros aprendizajes con otras SN.

CUANDO TOMAR DECISIONES SOBRE LA HERRAMIENTA: EL CASO DE LA CRE

La Cruz Roja Ecuatoriana hizo un primer análisis para tomar decisiones sobre la herramienta en la primera semana de su implementación. Esta evaluación inicial evidenció que la línea estaba resultando ser un buen mecanismo de comunicación de dos vías y también un mecanismo de retroalimentación, pero que había preguntas frecuentes que podían responderse de manera automática a través de un chatbot que, además, genere reportes estadísticos⁴⁹.

RECORDAR

En este paso se evidencia lo relevante que es una correcta sistematización de los datos recogidos (sea realizada por operadores o por sistemas de inteligencia artificial del *chatbot*) en la hoja de registro o la herramienta que haya sido utilizada, pues el reporte de los datos permitirá tener la información que generará la toma de decisiones sobre la herramienta⁵⁰.

⁴⁹ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana

⁵⁰ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020d). Encuestas de satisfacción de jornadas de salud para población migrante en Perú. IFRC.

j. Comunicamos a las comunidades los ajustes en la respuesta

En este punto decidimos cómo se comunicará al público objetivo las actualizaciones sobre los cambios llevados a cabo como producto de la retroalimentación, es decir de la información que nos han podido brindar para la mejora de nuestros servicios. Esto generará confianza y respeto dentro de la comunidad y asegurará que sus miembros sigan usando el sistema de retroalimentación⁵¹.

Esta fase es también una parte esencial de la rendición de cuentas a las comunidades con respecto a la manera en la que trabajamos, y es responsabilidad de todo el personal y la gerencia del programa.

k. Estrategia de salida

La estrategia de salida establece los mensajes sobre el alcance y la duración de la intervención. En este paso debemos asegurarnos de informar de manera oportuna que sucederá durante la etapa de traspaso o cierre de la línea; cuál será el sistema después de que la operación de la línea concluya, incluido quién estará a cargo y hasta un medio de contacto por si hay algún problema importante después de que finalizó el período de implementación de la herramienta. También, debemos considerar cómo informaremos los logros del programa por cada etapa y cómo los usuarios pueden participar para decidir qué sucede una vez finalizada la operatividad de la herramienta⁵².

⁵¹ Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). *Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos*. Comité Internacional de la Cruz Roja. https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espan%20.pdf&subfolder_nav_tracking=1

⁵² International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

6. HERRAMIENTAS

Herramienta	Objetivo
Cómo comenzar a usar la aplicación WhatsApp Business	<u>Pasos</u> para abrir un perfil de WhatsApp empresarial.
Guía del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos.	<u>Características</u> de la participación comunitaria y rendición de cuentas a la comunidad.
Tool15 FEEDBACK STARTER-KIT.	<u>Documento</u> que explica los pasos para establecer los mecanismos de retroalimentación.
Closing the Loop - Practitioner guidance on effective feedback mechanisms in humanitarian contexts. ALNAP-CDA Guidance	<u>Documento</u> que explica los pasos para establecer los mecanismos de retroalimentación.
How to Establish and Manage a Systematic Community Feedback Mechanism: Special focus on migration programmes	<u>Documento</u> que explica los pasos para establecer los mecanismos de retroalimentación con énfasis en programas con personas migrantes.
Evaluación Regional Sobre Necesidades de Información y Comunicación	<u>Ejemplo</u> de fuente de información primaria para conocer el consumo y confiabilidad del público objetivo hacia la herramienta.
Kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19.	<u>Lista</u> de verificación de requisitos para implementar una Línea de WhatsApp y ejemplo de presupuesto.
Términos de referencia para los operadores	<u>Ejemplo</u> de perfil para operadores del caso de estudio IFRC Cluster Andino Perú.
Preguntas y respuestas frecuentes en la herramienta de WhatsApp COVID-19	<u>Ejemplo</u> de documento de Preguntas y respuestas del caso de estudio IFRC Cluster Andino IFRC.
Instructivo de uso de aplicación WhatsAuto	<u>Pasos</u> para configurar respuestas.
Protocolo de atención COVID-19	<u>Ejemplo</u> de protocolo de atención del caso de Perú.
Pautas para uso de la Línea de WhatsApp para operadores médicos	<u>Ejemplo</u> de capacitación del estudio de caso de Perú.
Nota sobre la necesidad de medidas sólidas relativas a la protección de datos en respuesta a los flujos migratorios en las Américas.	<u>Documento</u> en consideración para el protocolo de protección de datos.
ICRC rules on personal data protection	<u>Documento</u> en consideración para el protocolo de protección de datos.

Herramienta	Objetivo
Política de la Federación Internacional sobre prevención de la explotación y los abusos sexuales e intervención a raíz de esos actos	<u>Documento</u> a considerar para el protocolo de atención de información sensible.
Feedback logsheet COVID-19	<u>Ejemplo</u> de hoja de registro o log sheet del estudio de caso de Perú
Material de comunicación de Línea de WhatsApp PTM	<u>Piezas</u> de comunicación de la experiencia de Ecuador
Material de comunicación de WhatsApp COVID-19	<u>Piezas</u> de comunicación de la experiencia de Perú.

7. BIBLIOGRAFÍA

Bonino F., Jean, I., Knox Clarke, P. (2014). Closing the Loop - Practitioner guidance on effective feedback mechanisms in humanitarian contexts. ALNAP-CDA Guidance. ALNAP/ODI

Banco Mundial. (2018). Migración desde Venezuela a Colombia: impactos y estrategia de respuesta en el corto y mediano plazo. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento.

Blouin, C. (Coord.). (2019). Estudio sobre el perfil socio económico de la población venezolana y sus comunidades de acogida: una mirada hacia la inclusión, Lima: Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la Pontificia Universidad Católica del Perú y PADF.

Cruz Roja Ecuatoriana (2020). Participación Comunitaria. "Programa de Transferencias Monetarias (PTM) para población en situación de movilidad humana y comunidades de acogida"

Facebook. (setiembre, 2020a). Connecting with your customers on WhatsApp starts here. <https://www.facebook.com/business/whatsapp/get-started>

Facebook. (setiembre, 2020b). Create a WhatsApp Business Account for the WhatsApp Business API. <https://www.facebook.com/business/help/2087193751603668?id=2129163877102343>

Facebook for developers. (setiembre, 2020). WhatsApp FAQ <https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/faq>

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2016). Guía de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Participación comunitaria y la rendición de cuentas a la comunidad (CEA): Mejorando la comunicación, la participación y la rendición de cuentas en todo lo que hacemos. Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. https://media.ifrc.org/ifrc/wp-content/uploads/sites/5/2017/10/IFRC-CEA-GUIDE-espa%C3%B1ol_031017-FINAL-1.compressed.pdf

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2018). International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. How to Establish and Manage a Systematic Community Feedback Mechanism: Special focus on migration programmes. Ground Truth solutions. https://www.dropbox.com/sh/5bhlydz6sfs65y1/AABXpT4oVAMgdGiN3Co5Waeza/3.%20ESPANOL?dl=0&preview=IFRC+CEA+GUIDE+espan%20.pdf&subfolder_nav_tracking=1

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2019). Nota sobre la necesidad de medidas sólidas relativas a la protección de datos en respuesta a los flujos migratorios en las Américas. Comité Internacional Geneva.

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020a). WhatsApp empresarial para el Programa de Transferencia Monetaria en contexto de COVID-19: El caso de la Cruz Roja Ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana.

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020b). Línea WhatsApp empresarial COVID-19/Migración. Caso de estudio. IFRC.

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020c). Kit de herramientas para la Línea de información de WhatsApp sobre COVID-19. IFRC.
Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020d). Encuestas de satisfacción de jornadas de salud para población migrante en Perú. IFRC.

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2020e). Línea de información sobre COVID-19. Resultados de las dos últimas semanas (01 al 14 de mayo 2020) IFRC.

International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). tool15 FEEDBACK STARTER-KIT. IFRC. <https://media.ifrc.org/ifrc/document/tool-15-feedback-starter-kit/>

International Committee of the Red Cross (2020). ICRC rules on personal data protection. ICRC. https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/4457_002_GUIDELINES_DELEGATIONS_ENGAGEMENT_RESTRICTIVE_MEASURES_WEB_1.pdf

Obregon, R., Rodríguez, C., & Vega, J. (2002). Estrategias de Comunicación para el Cambio Social. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES).

Organización Internacional para las Migraciones. (2019). Informe sobre las migraciones en el mundo 2020. https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020_es.pdf

Organización Internacional para las Migraciones en Ecuador (2017). Plan estratégico nacional Ecuador 2017-2019. Marco Operacional para situaciones de crisis migratorias. https://www.iom.int/sites/default/files/our_work/DOE/MCOF/MCOF-SP-Ecuador.pdf

Ramírez, C., Zuluaga, M., Perilla, C. (2010). Perfil migratorio de Colombia. Organización Internacional para las Migraciones

Rangel, M. (2020). Protección social y migración: el desafío de la inclusión sin racismo ni xenofobia, serie Políticas Sociales, N° 232 (LC/TS.2019/127). Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL.

Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. (2019). Evaluación regional de necesidades de información y comunicación. ACNUR-IFRC. <https://r4v.info/es/documents/details/73684>

Tinde, T. (2018). Política de la Federación Internacional sobre prevención de la explotación y los abusos sexuales e intervención a raíz de esos actos. Número de versión: 1.0.

UNHCR ACNUR. (2019). Refugiados y migrantes de Venezuela superan los cuatro millones: ACNUR y OIM. <https://www.acnur.org/noticias/press/2019/6/5cfa5eb64/refugiados-y-migrantes-de-venezuela-superan-los-cuatro-millones-acnur-y.html%23ga=2.174044003.1710861379.1572814963-812802582.1572814963>

WhatsApp. (2020). Aplicación WhatsApp Business. <https://www.whatsapp.com/business/>

LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA

Humanidad

El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, al que ha dado nacimiento la preocupación de prestar auxilio, sin discriminación, a todos los heridos en los campos de batalla, se esfuerza, bajo su aspecto internacional y nacional, en prevenir y aliviar el sufrimiento de los hombres en todas las circunstancias. Tiende a proteger la vida y la salud, así como a hacer respetar a la persona humana. Favorece la comprensión mutua, la amistad, la cooperación y una paz duradera entre todos los pueblos.

Imparcialidad

No hace ninguna distinción de nacionalidad, raza, religión, condición social ni credo político. Se dedica únicamente a socorrer a los individuos en proporción con los sufrimientos, remediando sus necesidades y dando prioridad a las más urgentes.

Neutralidad

Con el fin de conservar la confianza de todos, el Movimiento se abstiene de tomar parte en las hostilidades y, en todo tiempo, en las controversias de orden político, racial, religioso o ideológico.

Independencia

El Movimiento es independiente. Auxiliares de los poderes públicos en sus actividades humanitarias y sometidas a las leyes que rigen los países respectivos, las Sociedades Nacionales deben, sin embargo, conservar una autonomía que les permita actuar siempre de acuerdo con los principios del Movimiento.

Voluntariado

Es un movimiento de socorro voluntario y de carácter desinteresado.

Unidad

En cada país sólo puede existir una Sociedad de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja, que debe ser accesible a todos y extender su acción humanitaria a la totalidad del territorio.

Universalidad

El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, en cuyo seno todas las Sociedades tienen los mismos derechos y el deber de ayudarse mutuamente, es universal.



Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (IFRC) es la red humanitaria más grande del mundo, con 192 Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y alrededor de 14 millones de voluntarios. Nuestros voluntarios están presentes en las comunidades antes, durante y después de una crisis o desastre. Trabajamos en los entornos más complejos y de difícil acceso del mundo, salvando vidas y promoviendo la dignidad humana. Apoyamos a las comunidades para que se conviertan en lugares más fuertes y resilientes donde las personas puedan vivir seguras y vidas saludables, y tener oportunidades de prosperar.

Síguenos en:

www.ifrc.org | twitter.com/ifrc | facebook.com/ifrc | instagram.com/ifrc | youtube.com/user/ifrc | tiktok.com/@ifrc