



RESUMEN

DANDO AGENCIA A LOS MIGRANTES

Una prueba piloto para facilitar procesos de contacto desde la comunidad de migrantes y refugiados en villa del rosario (norte de santander) hacía el Consorcio VenEsperanza utilizando herramientas en línea¹



¹ El texto completo de las lecciones aprendidas se puede encontrar en: <https://docs.google.com/document/d/15MTH3BdUp-pWmbPCr-y0aEKASKttxD11/edit#>

CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

Objetivo general

Crear un sistema de auto referenciación aplicando tecnologías útiles que apoyen el proceso de obtención de información de posibles beneficiarios al programa VenEsperanza.

Alcance inicial

El piloto se planteó como meta llegar a 2,500 candidatos que se encontraran en la zona geográfica específica de Villa del Rosario, en Norte de Santander, en un ejercicio de VenEsperanza por buscar alternativas tecnológicas que permitan acercar directamente a los beneficiarios a las ayudas humanitarias ofrecidas.

Para contactar a los posibles beneficiarios, se realizó una campaña digital a través de Facebook invitando al público objetivo a completar un formulario con preguntas básicas para conocer el grado de vulnerabilidad, realizar una validación de identidad y sus datos personales.

Luego de este pre-registro, se lograron medir las estadísticas de registros duplicados, el registro completo de formularios, los tipo de conexión, al igual que el seguimiento de registros. Semanalmente, se entregaron listados de registros completados, con potenciales candidatos para que los equipos programáticos y de monitoreo de World Vision (WV) pudieran aplicar la encuesta de [vulnerabilidad](#) y evaluar si eran elegibles para recibir la ayuda humanitaria del programa VenEsperanza. Los datos se almacenaron en servidores de WV con acceso restringido y alta seguridad.

El donante solicitó a iMMAP y VenEsperanza realizar una alianza para realizar el pilotaje. World Vision Internacional, como socio del consorcio, aceptó el reto de desplegar su equipo de campo y su tecnología para apoyar esta nueva metodología de registro de posibles beneficiarios. El seguimiento, mejoras, revisiones, resultados y retroalimentación del piloto se realizaron en reuniones periódicas (semanal o quincenalmente) entre World Vision, iMMAP y VenEsperanza. Se eligió el municipio de Villa del Rosario, Norte de Santander por ser el municipio limítrofe entre Colombia y Venezuela, por donde más transitan migrantes de origen venezolana y retornados Colombianos en alto grado de vulnerabilidad hacia Colombia, y hacia otros destinos como Ecuador y Perú. La población que se moviliza o se queda en este municipio tiene características aptas para ser beneficiaria del programa.

ANTECEDENTES

El consorcio VenEsperanza nace en el año 2019 y tiene por objetivo atender población en condición vulnerable migrante y refugiada venezolana, y retornada colombiana con asistencia en efectivo multipropósito; los socios del consorcio son: Comité Internacional de Rescate (IRC), Mercy Corps, Save the Children y World Vision (WV). El donante para las actividades del mismo es el Bureau of Humanitarian Assistance (BHA) de USAID.

Desde el año 2020, VenEsperanza inició la tarea de captar información de posibles beneficiarios de origen venezolana directamente, a través de encuestas en campo con potenciales participantes.

A partir de marzo, debido a la pandemia del Covid-19, se redujo el contacto personal con los posibles beneficiarios del programa, actividades que dejaron de realizarse en persona y se cambiaron por llamadas telefónicas¹. En colaboración con iMMAP se buscaron alternativas de recolección de información e implementación que permitieran disminuir el riesgo de contagio tanto del personal, como de los posibles beneficiarios.

El consorcio VenEsperanza no contaba con un mecanismo de registro directo de posibles participantes. Las líneas directas de atención y/o retroalimentación para los participantes no estaban destinadas a la inscripción de beneficiarios, solamente funcionaba para recibir retroalimentación de los participantes activos y quejas sensibles.

Teniendo en cuenta el contexto y las dificultades de pre-inscripción e inscripción al programa, y las necesidades cada vez más importantes de la población vulnerable, se propone una solución tecnológica que permite tener contacto directo con los posibles participantes del programa, sin tener que hacer un registro en persona, sin abrumar los sistemas y líneas directas existentes, y sin depender de listas de referencias de los varios aliados.

En noviembre de 2020, comienza a implementarse el piloto que utiliza tecnologías publicitarias con anuncios en Facebook. Estos anuncios fueron creados para llegar a familias venezolanas en Villa del Rosario, Norte de Santander, Colombia que podrían ser candidatos potenciales. Al hacer clic en el anuncio, las personas son dirigidas a un formulario donde deben diligenciar una información básica donde se valida su identidad, al estar conectado a una API de validación (Convenio WV y iMMAP, 2020). La plataforma de inteligencia artificial de validación evalúa si los documentos son reales y coinciden con la persona que diligencia el formulario. Luego de la validación y revisión de los registros, los equipos programáticos contactaban a los posibles participantes vía telefónica para hacer la encuesta de elegibilidad. Después de este proceso, se seleccionan los participantes del programa.

1. Se trabaja con listas de referencias de varios aliados, como: autoridades locales (Alcaldías municipales), ONGs y sociedad civil.

El proceso tiene varios pasos:

1. Se hace el diseño de la pieza o piezas que van a ser pautadas en Facebook (para el piloto, se realizaron una pieza estática, un carrusel de imágenes y un gif animado, para evaluar cual tenía mayor éxito) pensando en el público objetivo, con la información básica necesaria y sin dar falsas expectativas de una ayuda humanitaria o registro al programa asegurado. Esta campaña tiene un costo que se paga directamente a Facebook con tarjeta de crédito. Se puede diseñar con un costo fijo o un costo variable. El costo variable es estilo subasta y el costo por anuncio depende de lo que otros anunciantes estén pagando por sus anuncios publicitarios.
2. Se crea una campaña con el objetivo de hacer clic en el enlace, a través de la herramienta de publicidad de Facebook, donde se indica además los usuarios objetivo haciendo uso de las opciones de segmentación de pauta. Los usuarios que cumplan con las condiciones de la segmentación, al ingresar a Facebook tendrán la posibilidad de ver la pauta del proyecto.
3. El usuario al ver la pauta, hace click en el enlace, es redirigido al enlace donde está el formulario de pre-registro, ahí llena la siguiente información: datos personales, ubicación geográfica, datos de miembros del hogar y opcionalmente, puede realizar una validación de identidad biométrica. El usuario deberá subir o tomar una foto de su documento de identidad y una autofoto o "selfie".
4. Con la base de datos recopilada a través de los [formularios](#) diligenciados, iMMAP genera un dashboard de análisis de avance del proceso. Semanalmente, World Vision valida esta información de potenciales candidatos al programa.
5. World Vision contacta a los posibles participantes para hacer la encuesta de elegibilidad y así tener una base de datos final de participantes del programa de VenEsperanza.

Lecciones y recomendaciones de prueba piloto

- La metodología de recolección de datos a través de pauta publicitaria de Facebook generó resultados aceptables con la implementación de formularios largos (30 min.) y cortos (4 preguntas) en periodos de tiempos más cortos o similares (3 meses).
- Esta metodología se acomoda mejor ante problemas de movilidad, contacto físico y de protección de personal en terreno. Induce a los posibles beneficiarios a realizar las encuestas por cuenta propia.
- Se observan problemas de conectividad en Wifi públicos y una tendencia a generar registros con datos privados. Ante estos problemas se plantean las recomendaciones de [conectividad](#).
- Se recomienda realizar programar la pauta publicitaria en Facebook de lunes a viernes, dado que en la mayoría de las semanas del piloto, se observan caídas de registros en los fines de semana.

- El 61.9% de los registros fueron de nacionalidad colombiana, los cuales no cumplían con los requerimientos del proyecto. Para estos casos se propone la incorporación de preguntas filtro de nacionalidad al iniciar el formulario o la pauta.
- En total, los registros duplicados por Jefatura de hogar representan el 28.1% de los cuales el 40.1% son de nacionalidad venezolana. De los registros no duplicados, el 37% fueron de dicha nacionalidad.
- Alrededor del 29% de los formularios llegan hasta la fase de aprobación utilizando reconocimiento con inteligencia artificial.
- Es importante generar datos georreferenciados de los posibles beneficiarios dado que la información brindada por los participantes puede ser errada o mal entendida.
- El levantamiento de restricción de las IP tuvo un comportamiento positivo pasando un promedio de 25.1 registros diarios a 43.2. (Se tenía una restricción de geolocalización, para que solamente personas que estuvieran físicamente en Villa del Rosario pudieran acceder al formulario).
- Reducir el número de preguntas en el formulario (de 8 a 4 pasos) y levantar la restricción de geolocalización para Villa del Rosario, permitió que el total de registros diarios pasará de 43.2 a 107.7.
- Las IPs donde hay un mayor número de registros en Villa del Rosario se ubican principalmente en los barrios: El Páramo, La Parada y 20 de Julio.
- El resultado de que solamente el 10% de registros recibidos se pueden usar como insumo para potenciales beneficiarios del proyecto VenEsperanza indica que se debe tomar la decisión inicial de focalizar más a la población venezolana en el momento de crear la campaña en Facebook. También se deben reforzar o automatizar los procesos y recursos de deduplicación y limpieza de bases de datos, para hacer más efectiva y ágil la metodología y alcanzar la elegibilidad para esta población.
- El resultado de que el 38% de hogares vulnerables que quedan luego de la limpieza de bases de datos, muestra que con esta metodología se puede llegar a población potencialmente vulnerable que no está siendo encontrada por los canales tradicionales.
- Las condiciones iniciales requeridas por parte del equipo de iMMAP contenían estos aspectos: administrador de bases de datos open source, servidores con SO Linux, pero luego de conversaciones y acompañamiento del equipo de IT, se ajustaron a las políticas de World Vision para administrar bases de datos bajo sistemas licenciados y preferiblemente servidores con SO Windows, esto por mandato de la oficina IT LACRO.
- Es importante plantear con anterioridad el equipo de trabajo de este tipo de pilotos, pues son necesarias varias personas con distintas capacidades y roles, incluso equipos de comunicación. Todos deben estar involucrados desde el diseño del piloto.

Al ser una publicidad masiva digital, la magnitud de solicitudes, comentarios y respuestas que se deben atender al público son mucho más altas.

- Antes de comenzar con el piloto, se recomienda realizar un documento de posibles preguntas y respuestas a la comunidad, teniendo en cuenta todos los canales de atención que tenga la organización. Que será una herramienta de uso para todo el equipo. Es necesario que el equipo de trabajo cuente con una persona con experiencia en marketing digital para hacer la pauta en Facebook y un Community Manager con conocimiento de la pauta, la intención del piloto y sepa manejar el estilo de lenguaje de respuesta del consorcio y de la organización que publica la pauta en Facebook. Esta metodología requiere equipos dedicados en la planeación, seguimiento de pauta, respuestas en redes sociales durante su ejecución, para los efectos, desde World Vision se aportó el personal de sus equipos existentes.
- Antes de publicar las campañas en las plataformas que sean necesarias para su difusión, es necesario revisar las políticas de pauta y anuncios. Para evitar que las plataformas de redes sociales inactiven las campañas. En este piloto, Facebook inactivó la campaña ya que la URL no funcionaba para todas las audiencias.
- Cuando la plataforma inactiva anuncios o campañas se puede correr el riesgo de que la plataforma inactive toda la cuenta de la organización. Un riesgo grande para la organización al ser un canal de difusión oficial y su posicionamiento en la comunidad digital.

Lecciones y recomendaciones de conectividad

Para el donante se recomienda:

- La creación de Aplicación (App) para migrantes que consiste en crear una aplicación con la cual se pretende dar conectividad a los migrantes en las zonas de alta influencia, que de acceso a páginas de interés común, en las cuales los migrantes pueden realizar consultas de información tales como: mapas para su recorrido por el territorio nacional, puntos de atención, zonas de hidratación y páginas gubernamentales (Registraduría Civil, Sisben, Migración Colombia etc.) de gran importancia para población vulnerable y migrantes.
- Instalar Hotspot o Zona Wifi Aérea en un dron al cual se le transmite señal por medio de redes móviles (4G-5G) o mediante radioenlaces para dar cobertura a una zona determinada. Este sistema puede ser muy útil en casos de desastres ambientales o lugares de baja conexión y podría adicionar funciones avanzadas con cámaras para reconocimiento de áreas o zonas de desastres.

Para el consorcio se recomienda:

- Incluir Hotspot o Zona Wifi Móvil portátil y sencilla de desplegar para realizar una cobertura específica para realizar misiones de instalación de manera rápida y efectiva. Se puede adaptar cualquier medio de conectividad que se requiera como redes LTE, Fibra Óptica, Últimas Millas, sistemas Híbridos o Satelitales.

El sistema móvil consta de un tráiler el cual cuenta con un gabinete de telecomunicaciones, respaldo eléctrico con paneles solares y una torre desplegable con la cual se daría acceso a internet gratuito a la población.

Para el gobierno nacional se recomienda:

- Instalar Hotspot o Zona Wifi fijas ya sea para exteriores o interiores (Torre, Postería, albergues, oficinas de punto de atención etc.). Este sistema es de uso común y recomendado para las organizaciones (ONG) y gobierno nacional en interiores, ya que son de muy bajo costo y fácil instalación, solo se necesita tener acceso a energía eléctrica domiciliaria o energía eléctrica renovables (panel solar).
- Construir Hotspot o Zona Wifi con cargas de dispositivos donde se contempla una estructura fija (Torre, Postería) la cual está compuesta por elementos de respaldos eléctricos y los equipos de comunicación por el cual se garantiza la disponibilidad de acceso a internet gratuito. El migrante podrá acercarse al punto Hotspot el cual se debe encontrar demarcado y de fácil acceso, y así diligenciar la encuesta propuesta para así ser autorizado el uso de la navegación durante el tiempo estimado.

Lecciones y recomendaciones de tratamiento de datos

- Cada vez que se inicie un proyecto de ayuda humanitaria, se recomienda realizar preguntas validadoras para saber si existe la necesidad o no, de desplegar un programa o cumplimiento específico para el tratamiento de datos personales.
- Realizar evaluaciones de impacto en protección de datos personales que permitan identificar antes del tratamiento de los datos, los riesgos para los derechos fundamentales que pueden llegar a ocasionar dicho tipo de tratamiento.
- Analizar de manera prospectiva la gestión de los datos personales, en especial, por el equipo estratégico, esto implica, entender para que otros proyectos se utilizarán los datos, con que otros actores claves será importante compartir los datos y para que otros propósitos se usarán los datos (alineados con los propósitos inicialmente solicitados).
- Tener en cuenta la circulación de la información personal a terceros países, toda vez que nuestro régimen tiene restricción en materia de transmisiones internacionales, estas se pueden hacer, si el país importador está dentro de la lista de países seguros definidos por la Superintendencia de Industria y Comercio, además, porque se requerirán contratos de transmisiones internacionales adicionales.
- Validar la aplicación de normas de protección de datos personales que tienen el carácter extraterritorial. En el presente proyecto, se identificó que no era necesario la aplicación del Reglamento General de Protección de Datos de Europa (GDPR), no obstante, así no sea de aplicación, se debe tener en cuenta las buenas prácticas regulatorias que trae el mismo y que sirve como base para proyectos que se ejecuten en Colombia.

- Por último, se recomienda tener en cuenta la serie de guías y manuales generados por la comunidad internacional, que sirven de apoyo para este tipo de proyectos, donde hay un uso intensivo de tecnologías y datos personales.