

# ELLA ALIMENTA AL MUNDO

---

LÍNEA DE BASE

CARE - COLOMBIA  
2023 |

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### CONTENIDO

LÍNEA BASE ELLA ALIMENTA AL MUNDO .....	4
RESUMEN EJECUTIVO.....	5
1. METODOLOGÍA.....	7
1.1 Trabajo de Campo .....	7
1.1.1 Dificultades.....	8
1.2 Procesamiento y Análisis de Datos: .....	8
1.2.1 Consideraciones Adicionales.....	9
2. RESULTADOS DE MEDICIÓN DE LOS INDICADORES .....	10
2.1 SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN.....	10
2.1.1 Características sociodemográficas de la población encuestada .....	10
2.1.2 Índice de inseguridad alimentaria moderada o grave, según la Escala de Experiencia de Inseguridad Alimentaria (FIES) .....	12
2.1.3 Puntuación de la diversidad de la dieta en los hogares de las mujeres beneficiarias directas (desglosado por sexo).....	15
2.1.4 % de la capacidad de adaptación de los hogares que dependen de la producción de alimentos a pequeña escala.....	18
2.1.5 Índice de estrategias de afrontamiento negativas (índice de estrategias de afrontamiento).....	19
2.1.6 % de personas con prácticas que promueven la salud y la nutrición del hogar .....	23
2.1.7 % de hogares que informan comportamientos nutricionales adecuados .....	24
2.1.8 % de hogares que consumen hortalizas de su propia producción.....	26
2.2 EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES: ACCESO Y CONTROL DE LOS RECURSOS .....	27
2.2.1 Características sociodemográficas de las personas encuestadas .....	28
2.2.2 % de mujeres con confianza en sus propias habilidades de comunicación y negociación .....	28
2.2.3 % de mujeres que declaran participar de manera igualitaria en la toma de decisiones financieras del hogar .....	30
2.2.4 % de mujeres usuarias activas de servicios financieros formales e informales.....	32
2.2.5 % de mujeres con mayor capacidad para realizar una actividad económica .....	33
2.2.6 % de hombres que dedican tiempo al trabajo doméstico no remunerado .....	34
2.3 AGRICULTURA HOGAR Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES .....	36

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

2.3.1	Caracterización sociodemográfica de las personas encuestadas .....	36
2.3.2	% de mujeres agricultoras que acceden a insumos agrícolas (por ejemplo, semillas, fertilizantes) .....	37
2.3.3	% de mujeres agricultoras que acceden a mercados de productos para vender la producción agrícola.....	39
2.3.4	% de aumento de los ingresos familiares.....	39
2.3.5	% de mujeres agricultoras con toma de decisiones única y/o conjunta en relación con la producción agrícola.....	41
2.3.6	% de mujeres agricultoras con acceso, control o propiedad de un conjunto básico de recursos, activos y servicios productivos .....	43
2.3.7	% de aumento del rendimiento por unidad de superficie .....	45
3.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL EQUIPO CONSULTOR TIERRA QUE ANDA .....	46

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores Ella Alimenta el Mundo.....	5
Tabla 2: Instrumentos para el levantamiento de la Línea de Base .....	7
Tabla 3: Indicadores seguridad alimentaria y nutricional.....	10
Tabla 4: Encuesta seguridad alimentaria nivel de escolaridad personas encuestadas.....	11
Tabla 5: Preguntas encuesta FIES.....	12
Tabla 6: Escala de calificación FIES.....	14
Tabla 7: Calificación FIES por municipio.....	15
Tabla 8: % de consumo de alimentos en el hogar (diversidad dietaria) .....	16
Tabla 9: % de consumo alimentos por parte de las mujeres mayores de 15 años del hogar.....	17
Tabla 10: Cálculo de la puntuación de la diversidad dietaria por municipio .....	18
Tabla 11: Cálculo puntaje diversidad dietaria por sexo .....	18
Tabla 12: % de hogares con huerta de hortalizas y comercialización de los alimentos que producen .	18
Tabla 13: índice de estrategias de adaptación en los últimos 7 días .....	20
Tabla 14: Suficiencia de alimentos saludables por municipio.....	20
Tabla 15: Índice de estrategias negativas como afrontamiento insuficiencia alimentaria por municipio .....	22
Tabla 16: índice de estrategias de adaptación en los últimos 3 meses .....	22
Tabla 17: % de selección de las estrategias de afrontamiento negativas por municipio .....	23
Tabla 18: % de hogares que producen hortalizas y las usan para el autoconsumo.....	26
Tabla 19: Distribución del porcentaje a la pregunta se siente hablando bien en público.....	28
Tabla 20: Habilidades comunicativas que las mujeres encuestadas consideran deben mejorar .....	29
Tabla 21: Distribución de las respuestas para las preguntas de decisiones financieras en el hogar.....	30
Tabla 22: Distribución del porcentaje de las respuestas en relación con la dinámica de trabajo doméstico y roles de género en el hogar.....	31
Tabla 23: Distribución de porcentaje de las respuestas en relación con el acceso de las mujeres a servicios financieros formales e informales.....	32
Tabla 24: Distribución del porcentaje de las respuestas para capacidad de las mujeres para llevar a cabo una actividad económica .....	33
Tabla 25: Distribución del porcentaje en las respuestas de la dedicación de los hombres al trabajo doméstico y percepción sobre los roles de género .....	35
Tabla 26: Acceso a los servicios públicos hogares encuestados .....	36
Tabla 27: Distribución de los porcentajes para las respuestas de acceso a insumos .....	37
Tabla 28: Distribución del porcentaje para las repuestas de fuente de ingreso y proveedor .....	40
Tabla 29: Distribución del porcentaje de ingresos promedios en los hogares encuestados.....	40
Tabla 30: Distribución del porcentaje de las respuestas para la toma de decisión sobre actividades agrícolas y del hogar.....	41
Tabla 31: Distribución del porcentaje para las opciones de respuesta sobre toma de decisiones autónoma.....	42
Tabla 32: Distribución del porcentaje para los tipos de activos que tiene el hogar .....	44

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### LÍNEA BASE ELLA ALIMENTA AL MUNDO

El proyecto Ella Alimenta al Mundo busca facilitar las condiciones para que mujeres productoras estén empoderadas y cuenten con medios de vida más seguros y resilientes para la seguridad alimentaria y nutricional de ellas y su comunidad. Tiene como objetivo fortalecer el papel de las mujeres productoras a pequeña escala en cadenas de valor seleccionadas y mejorar los vínculos con los actores del mercado, incluida potencialmente la cadena de suministro de PepsiCo, para garantizar ingresos sostenibles y estables.

El presente documento corresponde al estudio de línea base que presenta los resultados en relación con la situación inicial y el contexto que viven las familias participantes del proyecto en los municipios de Pasto, Ipiales, Pupiales y Gualmatán del departamento de Nariño.

El análisis se orienta a dar a conocer las condiciones actuales con relación al empoderamiento económico de las mujeres, inclusión financiera, cadenas de valor inclusivas, procesos de comercialización justos y procesos productivos sostenibles, desarrollo de resiliencia y desarrollo de las asociaciones. De igual manera enfatiza en conocer las necesidades de capacitación en agricultura adaptativa, vinculación con el mercado, gestión financiera, prácticas de nutrición; de tal manera que sea posible fortalecer capacidades de la comunidad, especialmente mujeres para crear recursos propios y mejorar los vínculos con otros actores del mercado.

Brinda un análisis desde el enfoque de género que parte de la comprensión de cómo las relaciones de género influyen en todos los aspectos de una comunidad, tanto en el ámbito productivo como social. La distribución de tareas de las mujeres y de los hombres de un grupo social específico permiten comprender la dinámica de las relaciones de género, el apoyo mutuo, el intercambio, las cargas de trabajo con relación a otras labores, como son las tareas de cuidado y sostenimiento de la vida en el hogar.

La recolección, sistematización y análisis de la información fue realizada por el equipo consultor Tierra que Anda entre los meses de septiembre a noviembre de 2023.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### RESUMEN EJECUTIVO

La información presentada corresponde a la medición inicial de los indicadores definidos para determinar el alcance de cada uno de los resultados del proyecto. A continuación, se presentan los datos obtenidos para la línea de base:

Tabla 1: Indicadores Ella Alimenta el Mundo

Indicadores Ella Alimenta al Mundo	Tipo indicador	Resultado Línea Base	Rangos de referencia
<b>Objetivo: Facilitar las condiciones para que mujeres productoras estén empoderadas y tengan medios de vida más seguros y resilientes para la seguridad alimentaria de ellas y su comunidad</b>			
1. Índice de inseguridad alimentaria moderada o grave, según la Escala de Experiencia de Inseguridad Alimentaria (FIES)	Impacto	<b>11</b>	Leve de 8 a 10 Moderada de 11 a 13 Grave de 14 a 16
2. Puntuación de la diversidad de la dieta en los hogares de las mujeres beneficiarias directas (desglosado por sexo)	Impacto	<b>Global 7.1 Mujeres: 7.2 Hombres: 7.5</b>	De 0 a 10 puntos
3. % de la capacidad de adaptación de los hogares que dependen de la producción de alimentos a pequeña escala (comercialización)	Impacto	<b>45%</b>	De 0 a 100%
3.1 % de hogares que producen hortalizas	Sub - indicador	<b>71%</b>	De 0 a 100%
4. Índice de estrategias de afrontamiento negativas ante la insuficiencia de alimentos (escala situación en la última semana)	Impacto	<b>15,7</b>	De 0 a 100 puntos
5. Índice de estrategias de afrontamiento negativas ante la insuficiencia de alimentos (escala situación en los últimos tres meses)	Impacto	<b>12%</b>	De 0 a 100%
4.1 % de hogares con insuficiencia alimentaria	Sub - indicador	<b>22%</b>	De 0 a 100%
<b>Resultado 1: Mujeres y comunidades vulnerables apropian e implementan buenas prácticas de alimentación saludable contribuyendo a la soberanía alimentaria</b>	<b>Tipo indicador</b>	<b>Resultado Línea Base</b>	<b>Rangos de referencia</b>
1. % de personas con prácticas que promueven la salud y la nutrición del hogar	Resultado	<b>58%</b>	De 0 a 100%
2. % de hogares que informan comportamientos nutricionales adecuados	Resultado	<b>50%</b>	De 0 a 100%
3. % de hogares que consumen hortalizas de su propia producción	Resultado	<b>71%</b>	De 0 a 100%
3.1 % de hogares que producen hortalizas	Sub - indicador	<b>71%</b>	De 0 a 100%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

<b>Resultado 2: Mejorar el acceso y control de mujeres productoras / rurales a recursos financieros para mejorar su toma de decisiones</b>		<b>Resultado Línea Base</b>	<b>Rangos de referencia</b>
4. % de mujeres con confianza en sus propias habilidades de comunicación y negociación	Resultado	<b>42%</b>	De 0 a 100%
5. % de mujeres que declaran participar de manera igualitaria en la toma de decisiones financieras del hogar	Resultado	<b>59%</b>	De 0 a 100%
6. % de mujeres usuarias activas de servicios financieros formales e informales	Resultado	<b>48%</b>	De 0 a 100%
7. % de hombres que dedican tiempo al trabajo doméstico no remunerado	Resultado	<b>81%</b>	De 0 a 100%
8. % de mujeres con mayor capacidad para realizar una actividad económica	Resultado	<b>49%</b>	De 0 a 100%
<b>Resultado 3: Mejorar el acceso de la mujer a mercados inclusivos</b>		<b>Resultado Línea Base</b>	<b>Rangos de referencia</b>
1. % de mujeres agricultoras que acceden a insumos agrícolas (por ejemplo, semillas, fertilizantes)	Resultado	<b>72%</b>	De 0 a 100%
2. % de mujeres agricultoras que acceden a mercados de productos para vender la producción agrícola	Resultado	<b>68%</b>	De 0 a 100%
3. % de aumento de los ingresos familiares	Resultado	<b>Se calcula con la línea de salida</b>	De 0 a 100%
3.1 Promedio de hogares con ingresos superiores a \$900.000 mensual	Sub-indicador	<b>15%</b>	De 0 a 100%
4. % de mujeres agricultoras con toma de decisiones única y/o conjunta en relación con la producción agrícola	Resultado	<b>84%</b>	De 0 a 100%
5. % de mujeres agricultoras con acceso, control o propiedad de un conjunto básico de recursos, activos y servicios productivos	Resultado	<b>79%</b>	De 0 a 100%
6. % de aumento del rendimiento por unidad de superficie	Resultado	<b>Se calcula con la línea de salida</b>	De 0 a 100%
Rendimiento por hectárea	Sub-indicador	<p>La producción para la mayoría de los pequeños productores en menos de 1 hectárea (ha) y entre 1 a 3 ha es de 50 a 100 kg.</p> <p>La producción para la mayoría de los pequeños productores entre 4 a 7 ha es de 300 a 600 kg.</p> <p>La producción para la mayoría de los pequeños productores en más de 7ha es de más de 600 kg.</p>	

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 1. METODOLOGÍA

Para el levantamiento de la información se definieron tres instrumentos (encuestas) para cada uno de los componentes (resultados) del proyecto, con un universo de 3.300 personas. Por muestreo aleatorio simple se definió una muestra de **345** encuestas con un margen de error del **5%**, distribuidas de la siguiente manera:

- Seguridad alimentaria (objetivo general y resultado 1): 157 encuestas (universo 1500 personas)
- Acceso de mujeres a recursos financieros y empoderamiento (resultado 2): 84 encuestas (800 personas)
- Agricultura y acceso a mercado (resultado 3): 97 encuestas (1000 personas)

Antes de la realización del trabajo de campo y recopilación de la información se realizó una prueba piloto (24 encuestas) para revisar tiempos y ajustar las preguntas para que fueran más claras para las personas. También se identificó la importancia de generar espacios seguros para las mujeres encuestadas, como, por ejemplo, no desarrollar la encuesta en presencia de esposos o compañeros. Sobre la prueba piloto se desarrolló una guía para la aplicación de las encuestas.

#### 1.1 Trabajo de Campo

El levantamiento de la información se llevó a cabo en los municipios priorizados para el proyecto: Pasto, Ipiales, Gualmatán y Pupiales. Este proceso partió de informar de manera clara a las personas sobre el objetivo del estudio y detalle del proceso: cómo se recopilan, almacenan y utilizan los datos de conformidad con la ley de tratamiento de datos vigente, garantizando así la máxima protección y confidencialidad de la información. Posteriormente se preguntó por el consentimiento informado y posteriormente se aplicó el instrumento a las personas que aceptaron responder.

Tabla 2: Instrumentos para el levantamiento de la Línea de Base

Instrumento	Objetivo	Encuestas aplicadas
<b>Seguridad alimentaria</b>	Obtener información que permita analizar y realizar comparaciones de las condiciones de seguridad alimentaria de los hogares en los municipios focalizados para el proyecto	157 encuestas (102 mujeres, 55 hombres) Pasto 93 encuestas, Ipiales 24, Pupiales 16, y Gualmatán 24.
<b>Acceso de las mujeres a recursos financieros y empoderamiento</b>	Obtener información que permita analizar y realizar comparaciones de las condiciones de empoderamiento en las mujeres,	84 encuestas (50 mujeres, 34 hombres) Pasto 33 encuestas, Ipiales 17, Pupiales 17, y Gualmatán 17.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Instrumento	Objetivo	Encuestas aplicadas
	así como, a un grupo de hombres con preguntas seleccionadas para determinar su posición frente al empoderamiento de las mujeres.	
<b>Agricultura y acceso al mercado</b>	Obtener información que permita analizar y realizar comparaciones de acceso de las personas productoras a los mercados, particularmente las mujeres.	97 encuestas (65 mujeres, 32 hombres) Pasto 67 encuestas, Ipiales 13, Pupiales 9, y Gualmatán 8.

### 1.1.1 Dificultades

#### **Nivel educativo**

El nivel formativo de las personas a quienes se quiere intervenir con el proyecto se encuentra en un mayor porcentaje en primaria incompleta y primaria completa, lo cual dificultó la comprensión de algunas preguntas particularmente para los instrumentos de los resultados 1 y 3 (seguridad alimentaria y agricultura) por lo que cada encuesta tomó hasta 1 hora.

#### **Distancia**

Algunos de los sitios donde se tenía que desarrollar la encuesta presentaban distancias mayores a una hora y media de los cascos urbanos lo cual dificultaba la coordinación de tiempos para poder desarrollar mayor número de encuestas.

#### **Tiempo para aplicación**

Dado el nivel de complejidad de las preguntas y la aplicación de los códigos que tenían las mismas, aunado a la extensión de los formatos sobre todo en los resultados 1 y 3 implicaba que el tiempo de aplicación de estos en promedio fuera mayor a 40 minutos. Otra dificultad fue cuadrar los horarios debido a las labores de jornal que realizan las personas en el campo o las labores domésticas que se realiza en las casas. En el caso de las mujeres, interfiriendo en la preparación de alimentos, quehaceres domésticos, entre otras.

## 1.2 Procesamiento y Análisis de Datos:

Una vez recolectada la información a través de las encuestas, ésta fue centralizada en diferentes tablas generales en Excel que contienen todos los datos de las respuestas, organizados por diferentes variables y categorías. A partir de estas tablas principales, se generaron tablas dinámicas para facilitar el análisis y hacer cruces de variables, permitiendo desglosar y estudiar la información desde diferentes perspectivas.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 1.2.1 Consideraciones Adicionales

En algunas encuestas, no todas las personas encuestadas responden a cada pregunta. Esto puede deberse a varias razones, como falta de interés, preocupaciones de privacidad o simplemente porque no se sienten capacitados para responder ciertas preguntas.

Los consultores se concentraron solamente en las respuestas que efectivamente recibieron. Esto significa que el análisis se basa en el subconjunto de encuestados que respondieron a una pregunta específica. En estos casos la mayoría de las veces se optó por considerar como referencia al 100% a aquellos individuos que efectivamente habían contestado. Esta decisión metodológica permite un análisis más preciso y evita distorsiones en las conclusiones al no tener que imputar o suponer datos faltantes.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 2. RESULTADOS DE MEDICIÓN DE LOS INDICADORES

#### 2.1 SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

Tabla 3: Indicadores seguridad alimentaria y nutricional

Indicadores Ella Alimenta al Mundo
<b>Objetivo: Facilitar las condiciones para que mujeres productoras estén empoderadas y tengan medios de vida más seguros y resilientes para la seguridad alimentaria de ellas y su comunidad</b>
% de personas con inseguridad alimentaria moderada o grave, según la Escala de Experiencia de Inseguridad Alimentaria (FIES)
% de aumento en la puntuación de la diversidad de la dieta en los hogares de las mujeres beneficiarias directas (desglosado por sexo)
% de aumento de la capacidad de adaptación de los hogares que dependen de la producción de alimentos a pequeña escala
% de disminución de hogares que adoptan estrategias de afrontamiento negativas (índice de estrategias de afrontamiento)
<b>Resultado 1: Mujeres y comunidades vulnerables apropian e implementan buenas prácticas de alimentación saludable contribuyendo a la soberanía alimentaria</b>
% de personas (desglosadas por sexo) adoptan prácticas que promueven la salud y la nutrición del hogar
% de hogares que informan de un cambio en el comportamiento nutricional
% de hogares que consumen hortalizas de su propia producción

##### 2.1.1 Características sociodemográficas de la población encuestada

El 65% de las personas encuestadas fueron mujeres, 35% hombres, 12% jóvenes (18 – 27), 68% personas adultas (28- 59) y 20% personas mayores (+ 60 años). Del total, el 22% se identificaron como indígenas, 2% como afrodescendiente y 2% raizales, el restante no se asoció con ninguna de las categorías étnicas. La mayor presencia de personas encuestada con reconocimiento indígena fue en los municipios de Ipiales con el 67%, y Gualmatán, con el 18%. Lo anterior tiene relación con la presencia de resguardos y cabildos indígenas del Pueblo Pasto en la región de la ex provincia de Obando donde se ubican estos municipios.

El 13% de las personas encuestadas se reconocieron como víctimas del conflicto armado principalmente en los municipios de Pasto e Ipiales, de las cuales, solo el 43% ha sido reconocida por el Estado como víctima. El 84% de las personas se identificaron como campesinos/as, principalmente en los municipios de Pupiales con un 100%, y Pasto con un 93%.

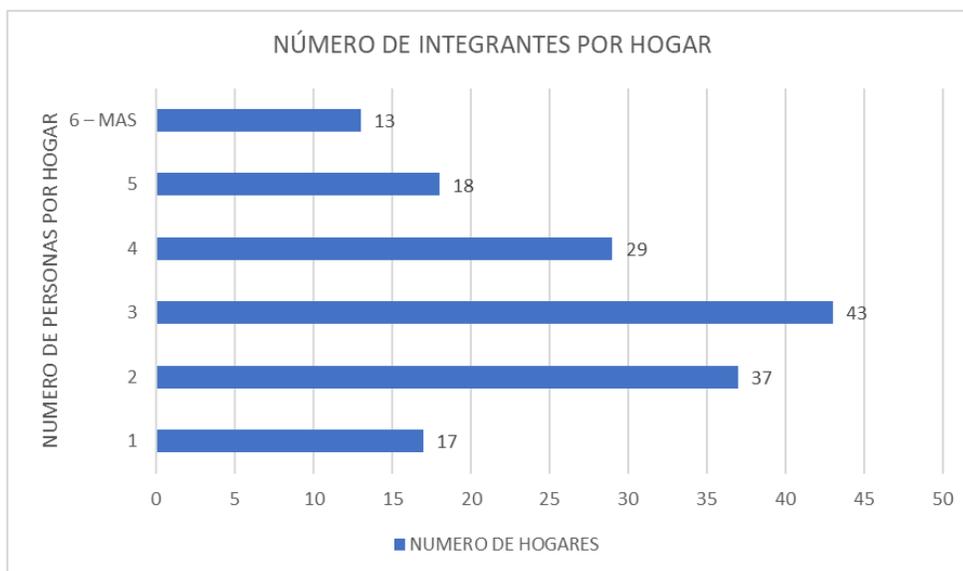
## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

En relación con la orientación sexual e identidad de género 6% se reconocieron como población LGBTIQ+, sin embargo, dado el contexto, al ser un tema tabú en algunas comunidades campesinas e indígenas el 10% prefirió no contestar.

Frente a la jefatura de hogar, el 60% reportó jefatura de la mujer y el 40% del hombre, los mayores porcentajes de jefatura de hogar por parte de la mujer fueron para el municipio de Pupiales, y la menor, en el municipio de Gualmatán.

En relación con la composición del hogar de las personas encuestadas, se identificó que en promedio están conformados por 3,2 personas. En cuanto a la estructura familiar el porcentaje más alto fue para la familia extendida con un 36%, seguida por la nuclear con el 26%.

Gráfico 1: Encuesta seguridad alimentaria número de integrantes por hogar



Frente al nivel educativo el 57% de la población encuestada se encuentra entre los rangos de primaria incompleta y primaria completa, 32% secundaria, 3% con educación técnica o tecnológica, y el 1% educación universitaria.

Tabla 4: Encuesta seguridad alimentaria nivel de escolaridad personas encuestadas

MUNICIPIOS	NO SABE LEER - ESCRIBIR	PRIMARIA INCOMPLETA	PRIMARIA COMPLETA	SECUNDARIA	TECNICO / TECNOLOGIA	UNIVERSIDAD	POSTGRADO	Total general
<b>Gualmatan</b>	7	15	16	30	1	2	0	71
<b>%</b>	10%	21%	23%	42%	1%	3%	0%	100%
<b>Ipiales</b>	6	20	16	18	2	1	0	63
<b>%</b>	10%	32%	25%	29%	4%	1%	0%	100%
<b>Pasto</b>	17	109	83	94	13	4	0	320
<b>%</b>	5%	34%	26%	29%	4%	1%	0%	100%
<b>Pupiales</b>	1	9	10	15	0	0	0	35
<b>%</b>	3%	26%	29%	43%	0%	0%	0%	100%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

MUNICIPIOS	NO SABE LEER - ESCRIBIR	PRIMARIA INCOMPLETA	PRIMARIA COMPLETA	SECUNDARIA	TECNICO / TECNOLOGIA	UNIVERSIDAD	POSTGRADO	Total general
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>153</b>	<b>125</b>	<b>157</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>489</b>
<b>%</b>	<b>6%</b>	<b>31%</b>	<b>26%</b>	<b>32%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

### 2.1.2 Índice de inseguridad alimentaria moderada o grave, según la Escala de Experiencia de Inseguridad Alimentaria (FIES)

La Escala de Experiencia de Inseguridad Alimentaria (Food Insecurity Experience Scale, FIES) es una herramienta de medición del acceso a los alimentos en términos de cantidad y calidad, diseñada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO.

Tomando como referencia la aplicación de esta escala por el DANE<sup>1</sup> se determina que, a través de ocho preguntas, la escala recoge la experiencia de la situación de inseguridad alimentaria de los hogares y proporciona una medición de su gravedad. Según el DANE la escala FIES permite establecer un indicador de prevalencia de inseguridad alimentaria moderada o grave en la población. Los estudios sobre el tema indican que la experiencia de la inseguridad alimentaria es un proceso que inicia con la preocupación sobre la capacidad de conseguir alimentos suficientes, si la inseguridad alimentaria se agudiza, el paso siguiente será realizar cambios en la dieta, disminuyendo la calidad y variedad de los alimentos, en etapas más avanzadas de la inseguridad, se disminuirá la cantidad de alimentos consumidos por los hogares o individuos.

La metodología para analizar los datos de las preguntas FIES se basa en la aplicación de un modelo estadístico de Teoría de Respuesta al Ítem (TRI). Con el modelo se establece una relación entre el comportamiento de un individuo (hogar o persona) frente a una pregunta o ítem y el rasgo latente responsable de esa conducta (la gravedad de la inseguridad alimentaria) encontrando la probabilidad de dar una determinada respuesta al ítem para cada nivel del rasgo latente. Esto significa que mientras más alta sea la gravedad de la inseguridad alimentaria de un hogar o persona, mayor será la probabilidad de que se identifique con ítems o experiencias de mayor gravedad.

A continuación, se presenta el contenido de la escala comparando las preguntas suministradas por CARE con las usadas por el DANE.

Tabla 5: Preguntas encuesta FIES

ITEM CARE	ITEM DANE	OPCIONES DE RESPUESTA				EXPERIENCIA
Usted o alguna persona de su hogar se encuentran en permanente preocupación por no tener suficientes alimentos para comer por falta de dinero u otros recursos	Se preocupó por no tener suficientes alimentos para comer	sí	no	no sabe	no informa	Preocupado

<sup>1</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

ITEM CARE	ITEM DANE	OPCIONES DE RESPUESTA				EXPERIENCIA
Pensando en los últimos 12 meses hoy hubo alguna vez en que usted u otra persona en su hogar no hayan podido comer alimentos saludables y nutritivos por falta de dinero u otros recursos,	No pudo comer alimentos saludables y nutritivos					Saludable
Hubo alguna vez en que usted u otra persona en su hogar hayan comido poca variedad de alimentos por falta de dinero u otros recursos	Consumió poca variedad de alimentos					Poca variedad
Hubo alguna vez en que usted u otra persona de su hogar hayan tenido que dejar de desayunar almorzar o cenar porque no había suficiente dinero u otros recursos para obtener alimentos	Tuvo que saltar una comida desayunos almuerzos comida o cena					Salto comidas
Pensando en los últimos 12 meses hubo alguna vez en que usted u otra persona en su hogar hayan comido menos de lo que pensaban que debían comer por falta de dinero u otros recursos	Comió menos de lo que pensaba que debía comer					Comió menos
Hubo alguna vez que su hogar se haya quedado sin alimentación por falta de dinero u otros recursos	El hogar se quedó sin alimentos					Sin alimentos
Hubo alguna vez en que usted u otra persona en su hogar hayan sentido hambre, pero no comió porque no había suficiente dinero u otros recursos para obtener alimentos	Tuvo hambre, pero no comió					Sintió hambre
Hubo alguna vez en que usted u otra persona en su hogar hayan tenido que dejar de comer todo un día por falta de dinero u otros recursos	No comió en un día entero					Día entero sin comer

Fuente: CARE, DANE

Se tomó como base las 157 encuestas que fueron desarrolladas en los municipios de Pasto, Ipiales, Gualmatán y Pupiales; es necesario aclarar que por metodología cuando alguna de las 8 preguntas no fue contestada se descarta para no generar sesgo en la integralidad de la escala.

A continuación, se desarrolla un modelo tomando como base la aplicación del método desarrollado por el DANE y con la escala propuesta por esta consultoría en los rangos establecidos de 8 a 16,

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

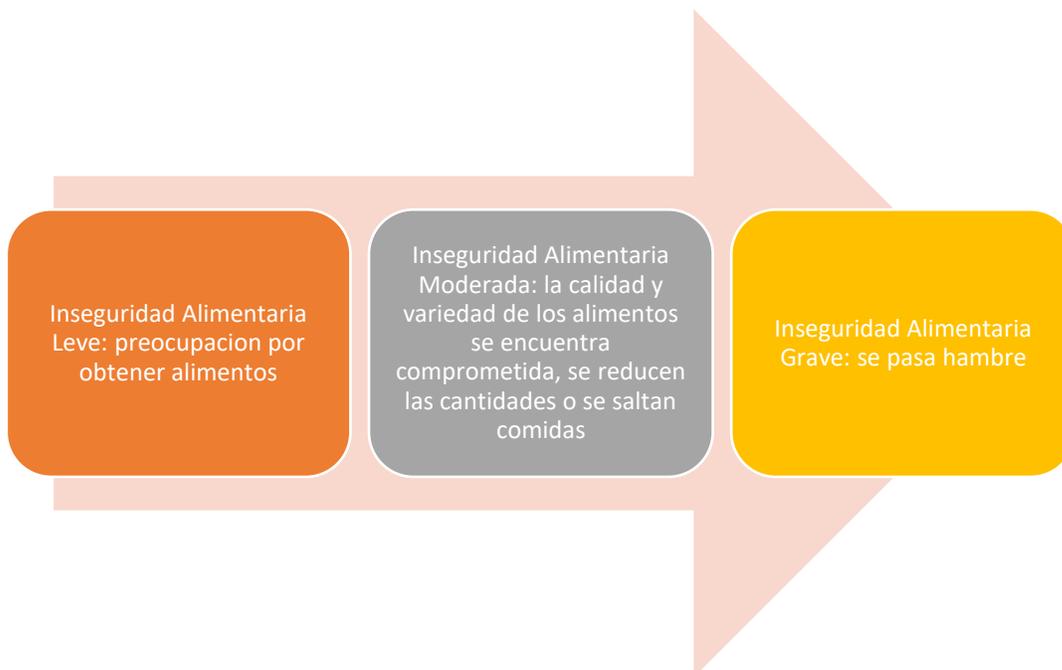
entendiendo que la respuesta NO tiene un valor de 1, es decir, no se presentan factores de inseguridad alimentaria, y la respuesta SI tiene un valor de 2 manifestando que hay riesgos o inseguridad alimentaria.

Los rangos establecidos para no presencia de inseguridad alimentaria o leve inseguridad van entre los valores de 8 a 10 que establece en la experiencia una preocupación por la falta de alimentos, pero no hay escasez. Los rangos establecidos para la inseguridad alimentaria moderada se dan entre los valores de 11 a 13 presentando una experiencia donde la calidad y variedad de los alimentos se encuentra comprometida, y reducción de las cantidades y/o se saltan comidas. Los rangos establecidos para la inseguridad alimentaria grave están dados entre los rangos de 14 a 16 estableciendo como experiencia pasar hambre.

Tabla 6: Escala de calificación FIES

ESCALA FIES	
RANGO	CALIFICACION
8 a 10	LEVE
11 a 13	MODERADO
14 a 16	GRAVE

Gráfico 2: Experiencias de inseguridad alimentaria y niveles asociados



De las 157 encuestas realizadas se descartaron 13, porque algunos ítems no fueron marcados ni contestados por las personas encuestadas, es decir, se lograron 144 encuestas efectivas. **La calificación**

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

**FIES para el total de personas encuestadas es de 11, es decir, en riesgo leve de inseguridad alimentaria.** Sin embargo, cuando se revisan los promedios de cada uno de los municipios se identifica que **Gualmatán e Ipiales se encuentran en un riesgo de inseguridad alimentaria moderado, y el municipio de Pupiales, en un riesgo de seguridad alimentaria inicial grave.**

Tabla 7: Calificación FIES por municipio

MUNICIPIOS	No. DE ENCUESTAS	No. DE ENCUESTAS PARA ESCALA FIES	CALIFICACION FIES
Gualmatán	24	22	12
Ipiales	24	21	13
Pasto	93	86	10
Pupiales	16	15	14
Total, general	157	144	11

### 2.1.3 Puntuación de la diversidad de la dieta en los hogares de las mujeres beneficiarias directas (desglosado por sexo)

#### Parámetros dietarios de alimentación

Estos parámetros permiten establecer un listado de alimentos necesarios dentro de la alimentación los cuales de acuerdo con el consumo determinan los grados de bienestar y de salud que puede tener un individuo, familia o grupo poblacional.

Gráfico 3: Parámetros de diversidad dietaria

	PARAMETRO DE ALIMENTACION
1	Cualquier carbohidrato, por ejemplo, pan, arroz, galletas u otros alimentos elaborados con maíz, arroz, trigo, avena, quinua, entre otras
2	Cualquier tubérculo, por ejemplo, papa, yuca, ollucos, o cualquier otro alimento elaborado a partir de raíces o tubérculos
3	Cualquier verdura, por ejemplo, tomates, calabaza, repollo, lechuga, brócoli, coliflor, acelga, espinaca, entre otros
4	Cualquier fruta (mora, fresa, feijoa, uvillas, tomate de árbol, entre otros)
5	Cualquier proteína animal: carne de res, cerdo, pollo, pescado, entre otros
6	Huevo
7	Cualquier grano, por ejemplo, frijol, lentejas, garbanzos, entre otros
8	Cualquier lácteo: leche, queso, yogurt, entre otros

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

PARAMETRO DE ALIMENTACION	
9	Cualquier comida preparada con grasas: mantequilla, aceite, grasa
10	Azúcar o miel

Tabla 8: % de consumo de alimentos en el hogar (diversidad dietaria)

	PARAMETRO DE ALIMENTACION	SI	NO	TOTAL
1	Cualquier carbohidrato, por ejemplo, pan, arroz, galletas u otros alimentos elaborados con maíz, arroz, trigo, avena, quinoa, entre otras	152	3	155
<b>PORCENTAJE</b>		<b>98%</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>
2	Cualquier tubérculo, por ejemplo, papa, yuca, ollucos, o cualquier otro alimento elaborado a partir de raíces o tubérculos	141	13	154
<b>PORCENTAJE</b>		<b>92%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>
3	Cualquier verdura, por ejemplo, tomates, calabaza, repollo, lechuga, brócoli, coliflor, acelga, espinaca, entre otros	116	37	153
<b>PORCENTAJE</b>		<b>76%</b>	<b>24%</b>	<b>100%</b>
4	Cualquier fruta (mora, fresa, feijoa, uvas, tomate de árbol, entre otros)	94	60	154
<b>PORCENTAJE</b>		<b>61%</b>	<b>39%</b>	<b>100%</b>
5	Cualquier proteína animal: carne de res, cerdo, pollo, pescado, entre otros	93	60	153
<b>PORCENTAJE</b>		<b>61%</b>	<b>39%</b>	<b>100%</b>
6	Huevo	126	22	148
<b>PORCENTAJE</b>		<b>85%</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>
7	Cualquier grano, por ejemplo, frijol, lentejas, garbanzos, entre otros	113	39	152
<b>PORCENTAJE</b>		<b>74%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>
8	Cualquier lácteo: leche, queso, yogurt, entre otros	88	63	151
<b>PORCENTAJE</b>		<b>58%</b>	<b>42%</b>	<b>100%</b>
9	Cualquier comida preparada con grasas: mantequilla, aceite, grasa	105	44	149
<b>PORCENTAJE</b>		<b>70%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>
10	Azúcar o miel	139	12	151
<b>PORCENTAJE</b>		<b>92%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Tomando como referencia los parámetros encontramos que el 98% de las personas encuestadas incluyen en su alimentación el grupo de los carbohidratos. En relación con el consumo de tubérculos, aunque menor que el de los carbohidratos, está por encima del 90%, así como el de azúcares. El 85% de las personas encuestadas reportó el consumo de huevo, seguido de verdura (76%), cualquier grano (74%), grasas (70%), proteína animal y frutas (61%). El menor consumo es para el grupo de los lácteos con el 58% de las personas encuestadas.

Tabla 9: % de consumo alimentos por parte de las mujeres mayores de 15 años del hogar

PARAMETRO DE ALIMENTACION	TOTAL, ENCUESTAS	TODAS LAS MUJERES CONSUMEN	%
Cualquier carbohidrato, por ejemplo, pan, arroz, galletas u otros alimentos elaborados con maíz, arroz, trigo, avena, quinua, entre otras	155	133	86%
Cualquier tubérculo, por ejemplo, papa, yuca, ollucos, o cualquier otro alimento elaborado a partir de raíces o tubérculos	154	125	81%
Cualquier verdura, por ejemplo, tomates, calabaza, repollo, lechuga, brócoli, coliflor, acelga, espinaca, entre otros	153	101	66%
Cualquier fruta (mora, fresa, feijoa, uvillas, tomate de árbol, entre otros	154	89	58%
Cualquier proteína animal: carne de res, cerdo, pollo, pescado, entre otros	153	84	55%
Huevo	148	111	75%
Cualquier grano, por ejemplo, frijol, lentejas, garbanzos, entre otros	152	102	67%
Cualquier lácteo: leche, queso, yogurt, entre otros	151	81	54%
Cualquier comida preparada con grasas: mantequilla, aceite, grasa	149	97	65%
Azúcar o miel	151	121	80%

En promedio el 69% de las mujeres mayores de 15 años en el hogar consumieron algunos de los alimentos establecidos en el parámetro de alimentación.

### Causas del no consumo de alimentos en las mujeres del hogar mayores a 15 años

Frente a la pregunta por qué razón alguna o ninguna de las mujeres que se encuentran en el hogar consumieron los alimentos establecidos en el parámetro de alimentación, el 24% mencionó que no lo consumió por situaciones de enfermedad, el 69% por alguna otra causa, entre ellas porque no les gusta el alimento, el 5% manifiesto porque solo hay suficiente para los niños, y un 2% que solo hay suficiente para los hombres.

Para el cálculo de indicador se establece un rango de puntuación entre 0 a 10, si la puntuación es cercana a 10 indica mayor diversidad dietaria. Se divide la puntuación total de cada municipio para esta escala en el número de familias encuestas, obteniendo una puntuación global de 7.1.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Tabla 10: Cálculo de la puntuación de la diversidad dietaria por municipio

Municipios	Total, de respuestas afirmativas	N. de familias encuestadas	Escala
Gualmatán	166	23	7.2
Ipiales	156	22	7.1
Pasto	683	89	7.7
Pupiales	99	15	6.6
<b>Total, general</b>	<b>1104</b>	<b>149</b>	<b>7.1</b>

Tabla 11: Cálculo puntaje diversidad dietaria por sexo

Municipios	Total, respuestas afirmativas	Total, Mujeres Cabeza de hogar	Escala	Total, respuestas afirmativas	Total, hombres cabeza de hogar	Escala
Gualmatán	89	13	6.8	77	10	7.7
Ipiales	86	12	7.2	70	10	7.0
Pasto	406	54	7.5	277	35	7.9
Pupiales	63	10	6.3	36	5	7.2
<b>Total, general</b>	<b>644</b>	<b>89</b>	<b>7.2</b>	<b>460</b>	<b>60</b>	<b>7.5</b>

### 2.1.4 % de la capacidad de adaptación de los hogares que dependen de la producción de alimentos a pequeña escala

Este indicador hace referencia a los hogares que tienen huertas de hortalizas y logran comercializar los alimentos que cosechan.

Tabla 12: % de hogares con huerta de hortalizas y comercialización de los alimentos que producen

ITEM	PRODUCCION DE HORTALIZAS			COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS		
	¿En su hogar se producen las siguientes hortalizas?			¿Se usan para la comercialización?		
Tipo	Si	No	Total	Si	No	Total
Acelga	39	18	57	18	22	40
%	68%	32%	100%	45%	55%	100%
Brócoli	36	18	54	21	21	42
%	67%	33%	100%	50%	50%	100%
Cebolla Junca	40	15	55	20	24	44
%	73%	27%	100%	45%	55%	100%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

ITEM	PRODUCCION DE HORTALIZAS			COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS		
	¿En su hogar se producen las siguientes hortalizas?			¿Se usan para la comercialización?		
Tipo	Si	No	Total	Si	No	Total
Cilantro	57	3	60	27	15	42
%	95%	5%	100%	64%	36%	100%
Coliflor	29	23	52	15	24	39
%	56%	44%	100%	38%	62%	100%
Lechuga	52	10	62	24	20	44
%	84%	16%	100%	55%	45%	100%
Perejil	39	19	58	16	26	42
%	67%	33%	100%	38%	62%	100%
Remolacha	28	22	50	14	25	39
%	56%	44%	100%	36%	64%	100%
Repollo	45	12	57	18	26	44
%	79%	21%	100%	41%	59%	100%
Zanahoria	32	25	57	14	25	39
%	56%	44%	100%	36%	64%	100%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>165</b>	<b>562</b>	<b>187</b>	<b>228</b>	<b>415</b>
<b>%</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>	<b>100%</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>	<b>100%</b>

Se identifica que el 71% de las familias producen hortalizas en huertas caseras, de los cuales, el 45% son comercializados.

### 2.1.5 Índice de estrategias de afrontamiento negativas (índice de estrategias de afrontamiento)

Para obtener este indicador se pondera el grado de severidad que tienen las estrategias negativas, si la estrategia es grave tendrá una calificación de 4, moderada de 3 y leve 2. Igualmente, se pondera la frecuencia con la que se recurre a una estrategia negativa en una semana, si la estrategia se realiza 1 vez tiene una ponderación de 0,5, si se da entre 2 a 3 días tiene una ponderación de 1,5, si la estrategia es aplicada de 4 a 6 días a la semana tiene una ponderación de 4,5, y si se realiza diariamente tiene una ponderación de 7.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Se continua con la multiplicación de la severidad con la frecuencia, dándonos un resultado por cada familia. Con estos resultados se promedia el resultado por municipio y el dato global.

Tabla 13: índice de estrategias de adaptación en los últimos 7 días

Situación de su hogar en la última semana		RESPUESTAS
1	¿En los últimos 7 días vivió situaciones en las que su hogar no contará con alimentos suficientes?	1 SI
		2 NO
<b>¿Cuántos días su hogar se vio obligado a lo siguiente?</b>		
1.1	Recurrir a alimentos o dinero prestados para la compra de alimentos	1 día a la semana De 2 a 3 días a la semana de 4 a 6 días a la semana A diario
1.2	Recurrir a alimentos menos costosos o que no son de su preferencia	
1.3	Reducir el número de comidas o la cantidad ingerida al día	
1.4	Dejar de comer por falta de dinero o de alimentos durante todo el día	
1.5	Recoger alimentos silvestres, cazar o cosechar alimentos sin madurar	
1.6	Restringir el consumo de algunos de algunos miembros de la familia para que otros pudieran comer normalmente o más	
1.7	Usar las semillas almacenadas para la próxima temporada	
1.8	Pedir alimentos o dinero o recoger alimentos de baja calidad (basura - lichégo)	

A continuación, se analiza el comportamiento de cada estrategia para luego determinar el indicador por territorio.

### Insuficiencia de alimentos y estrategias utilizadas para afrontarlos

Frente a la pregunta de *si se cuenta con suficiencia de alimentos en los hogares*, de las 157 encuestas realizadas, 141 personas contestaron a la pregunta, de las cuales, 31 respondieron que sí han vivido situaciones de insuficiencia de alimentos, y 110 no. De tal modo para este indicador sobre insuficiencia de alimentos solo se tendrán en cuenta las 31 personas que en los últimos 7 días vivieron situaciones en la que el hogar no contaba con alimentos suficientes. Llama la atención que en el municipio de Pasto es baja la respuesta positiva a esta pregunta, mientras que en los municipios de Ipiales y de Pупiales están alrededor del 50% de las personas encuestadas, lo anterior relacionado con los resultados de la escala FIES donde ambos municipios se encuentran en riesgo moderado a grave de inseguridad alimentaria, mientras que Pasto se encuentran en riesgo leve.

Tabla 14: % de insuficiencia de alimentos saludables por municipio

Municipio	Si vivió	%	No vivió	%	Total	Total %
Pasto	11	8%	78	55%	88	63%
<b>% De insuficiencia alimentaria del municipio</b>	<b>12%</b>		<b>88%</b>			
Gualmatán	6	4%	15	11%	21	15%
<b>% De insuficiencia alimentaria del municipio</b>	<b>29%</b>		<b>71%</b>			
Ipiales	8	6%	10	7%	18	13%
<b>% De insuficiencia alimentaria del municipio</b>	<b>44%</b>		<b>56%</b>			

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Municipio	Si vivió	%	No vivió	%	Total	Total %
Pupiales	6	4%	7	5%	13	9%
<b>% De insuficiencia alimentaria del municipio</b>	46%		54%			
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>22%</b>	<b>110</b>	<b>78%</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

### 1. Recurrir a elementos o préstamos de dinero para cubrir alimentos

Frente a esta pregunta 17 personas recurrieron a esta práctica, de las cuales, 10 hicieron un préstamo un día a la semana, y 7 de 2 a 3 días en la semana. El mayor número de personas que acuden a esta estrategia se encuentran en los municipios de Gualmatán, Ipiales y Pupiales siendo los 2 últimos los que presentan una mayor prevalencia, con 6 y 4 respectivamente. Es decir, casi el 50% de quienes contestaron a esta pregunta.

### 2. Recurrir a alimentos baratos

Recurrir a alimentos más económicos así estos no hagan parte del gusto / preferencia de los hogares encuestados, es otra estrategia de afrontamiento. En el municipio de Pasto 3 personas respondieron afirmativamente a esta pregunta, mientras que en los municipios de Gualmatán, Ipiales y Pupiales, 17 personas de las 31 encuestadas, realizándola entre 1 a 2 días a la semana.

### 3. Reducción del número de comidas

17 personas contestaron afirmativamente a esta pregunta, 4 en el municipio de Pasto quienes manifestaron recurrir a esta práctica entre 1 y 2 veces a la semana, y 2, de manera diaria, en los municipios de Ipiales y Pupiales 5 y 6 personas respectivamente.

### 4. Dejar de comer

12 personas contestaron esta pregunta de manera afirmativa, principalmente entre 1 a 3 días a la semana principalmente en los municipios de Ipiales y Pupiales.

### 5. Recoger alimentos

14 personas utilizaron esta práctica principalmente en el municipio de Ipiales

### 6. Restringir la alimentación para algunos miembros de la familia.

16 personas contestaron de manera afirmativa a tener que acudir a este tipo de acciones, con mayor prevalencia en los municipios de Pasto, Gualmatán y Pupiales.

### 7. Utilizar semillas almacenadas para la alimentación

Un total de 10 personas utilizaron esta estrategia buscando la suficiencia alimentaria, Pasto 4, y 6 en los municipios de Gualmatán, Ipiales y Pupiales.

### 8. Pedir dinero y/o recoger alimentos

9 personas manifiestan haber acudido a este tipo de estrategias, 5 en el municipio de Pasto, y 4 en los municipios de Gualmatán Ipiales y Pupiales.

Frente al **índice de estrategias negativas como afrontamiento ante la insuficiencia alimentaria**, de la **escala correspondiente a la situación en la última semana**, encontramos que el municipio de Pasto reporta el dato más alto para este indicador, dado principalmente, por el mayor número de personas

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

encuestadas, y, porque en la severidad de la ponderación, este municipio tiene valores de 4, es decir, las personas encuestadas reportan el uso de estrategias extremas como la recolección de alimentos en la basura, lo que hace que incremente la puntuación. Igualmente, la ponderación de la frecuencia es alta, con valores de 7, que indica que hay personas encuestadas que repiten a diario la estrategia negativa de afrontamiento.

Tabla 15: Índice de estrategias negativas como afrontamiento insuficiencia alimentaria por municipio

Índice uso de estrategia de afrontamiento negativo (promedio de familias Pasto)	22,8
Índice uso de estrategia de afrontamiento negativo (promedio de familias Ipiales)	9,9
Índice uso de estrategia de afrontamiento negativo (promedio de familias Gualmatán)	19,9
Índice uso de estrategia de afrontamiento negativo (promedio de familias Pupiales)	10,3
<b>PROMEDIO TOTAL</b>	<b>15,7</b>

El promedio del índice a nivel global es de 15,7 en una escala de 100 puntos posibles, entre el valor sea más cercano a 0 indica que las familias no recurren a estrategias negativas frente a la escasez de alimentos.

### Estrategias negativas para mitigar la escasez de alimentos o ingresos en los últimos tres meses

Tabla 16: índice de estrategias de adaptación en los últimos 3 meses

ITEM	¿Utilizó el hogar alguna de las siguientes estrategias durante los últimos 3 meses para hacer frente a la escasez de alimentos o ingresos?
1	Dar en prenda (empeñar - hipotecar) o vender mano de obra/cultivos/ganado por adelantado
2	Recibir remesas (alimentos o efectivo) de familiares, amigos
3	Tomar un préstamo con interés (entidad financiera formal)
4	Tomar un préstamo con interés a particulares (informal)
5	Sacrificar más animales de lo normal
6	Solicitar asistencia al gobierno local
7	Menor asistencia a la escuela o abandono de la escuela por parte de NNAJ
8	Reducir los gastos (p. ej., atención médica, educación)
9	Reducir el gasto en ganado e insumos agrícolas
10	Vender una mayor cantidad de ganado de lo habitual
11	Ventas inusuales (por ejemplo, bienes domésticos, leña, carbón, etc.)
12	Migrar a cabeceras urbanas u otros sectores rurales

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

ITEM	¿Utilizó el hogar alguna de las siguientes estrategias durante los últimos 3 meses para hacer frente a la escasez de alimentos o ingresos?
13	Enviar a los niños y niñas con parientes y amigas/os más acomodados
14	Usar los ahorros
15	Participar en programas de alimentos por trabajo/dinero por trabajo
16	Vender stock (reserva/inventario) de semillas reservadas para la próxima temporada
17	Ninguna de las anteriores

Frente a las estrategias negativas utilizadas como una forma de mitigar la escasez de alimentos o ingresos, se identificó que 367 veces se seleccionaron los ítems establecidos (tabla 16), el mayor porcentaje de selección fue el ítem 3: tomar un préstamo con interés (entidad financiera formal), seguido de la opción 4 que también hace referencia a la solicitud de préstamos, pero en esta ocasión, a personas particulares, en tercer lugar, el ítem 14 usar los ahorros, seguida de la estrategia 4: recibir remesas de familiares o amigos, y la opción 1, dar en prenda (empeñar - hipotecar) o vender mano de obra/cultivos/ganado por adelantado.

Tabla 17: % de selección de las estrategias de afrontamiento negativas por municipio

AFRONTAMIENTO ESTRATEGIAS NEGATIVAS																	
MUNICIPIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	15	16	17	Total, general
Gualamatán%	10	14	15	8	3	5	0	10	7	3	3	2	17	2	0	0	100%
Ipiales %	15	13	18	7	2	3	0	7	3	5	2	2	20	2	0	2	100%
Pasto %	7	10	16	17	6	6	3	5	4	4	2	0	7	1	2	14	100%
Pupiales %	15	10	13	10	4	8	2	6	6	4	2	2	17	0	0	0	100%
<b>Total, general</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	4	6	2	6	4	4	2	1	<b>12</b>	1	1	8	100%

Promediando los 5 ítems con mayor porcentaje el 12% de las personas encuestadas optaron por alguna o más estrategias de afrontamiento negativo ante la disminución de alimento o ingresos, para el análisis de este índice entre el valor sea más cercano a 0 indica que las familias tuvieron que recurrir menos a estrategias de afrontamiento negativo.

### 2.1.6 % de personas con prácticas que promueven la salud y la nutrición del hogar

A través de este indicador se indaga por la incorporación de hábitos adecuados en la cotidianidad de los hogares que aportan a la salud y nutrición de las personas. Uno de los aspectos centrales es el acceso al agua potable que favorece una adecuada salud. En la encuesta se indagó por este tema encontrando que el municipio de Pupiales tiene el porcentaje más alto de acceso con el 87%, seguido de Gualmatán

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

con el 83%, Pasto 79%, y en último, lugar Ipiales con el 64%. Frente a la pregunta de la frecuencia de consumo de agua como un hábito saludable el 30% informó que la consume diariamente, el 29% algunas veces, 22% rara vez y el 18% frecuentemente.

Otro hábito importante es la actividad física, sin embargo, se identificó que en el 72% de los hogares encuestados ningún miembro de la familia la incluye como una práctica cotidiana, y de las personas que refirieron realizar ejercicio (28%), solo el 4% lo hace todos los días, el 27% frecuentemente, el 36% algunas veces, y el 33% rara vez.

Frente al hábito de consumir los alimentos a una hora determinada, la opción de casi siempre sobresale con un porcentaje del 32%, seguido de siempre con el 31%, lo que indica que para el 63% de los hogares este es un hábito cotidiano.

El consumo de sal y azúcar en exceso es una práctica que puede afectar la salud de las personas, derivando en la aparición de enfermedades crónicas. Los datos de la encuesta muestran que el consumo de sal que reportan las familias es principalmente medio y bajo con el 52% y 45% respectivamente, muy similar para el consumo de azúcar: medio (53%), bajo (45%).

En relación con el consumo de verduras se establece que existe una gran oportunidad para desarrollar una dieta adecuada, puesto que en su mayoría las personas encuestadas informan que la consumen de 2 a 3 veces por semana (73%), seguida de 4 a 5 veces con el 14%, 5% todos los días, y aunque es bajo el porcentaje, llama la atención que el 8% reportó que nunca consume verduras.

De manera global el promedio de personas que reportó hábitos saludables fue el 58%.

### 2.1.7 % de hogares que informan comportamientos nutricionales adecuados

A través de este indicador se indagó sobre la presencia de enfermedades crónicas derivadas de una inadecuada alimentación, así como sobre la frecuencia de consumo de los diferentes grupos alimentarios.

Frente a la pregunta si en su hogar se presenta problemas de obesidad el 88% de las personas encuestas reportaron que no. El mayor porcentaje de hogares que reportaron problemas de obesidad se registró en los municipios de Ipiales y Pupiales con el 17% y 15% respectivamente.

En relación con la frecuencia de consumo de los diferentes grupos de alimentos (harinas y derivados, lácteos y derivados, carnes y derivados, verduras, frutas, granos), entendiendo el acceso a los mismos como disponibilidad de los alimentos, así como que las familias cuenten con los recursos para adquirirlos. La escala para medir la frecuencia del consumo se estableció a partir de las opciones de nunca, algunas veces, regularmente y todos los días.

En la percepción al realizar las encuestas se identificó que la distancia de los centros urbanos no permite que el acceso a alimentos diversos sea fácil, lo que se corrobora con los altos porcentajes para la opción de algunas veces.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Frente a la frecuencia de consumo de los diferentes grupos de alimentos se encontró que los porcentajes más altos fueron: regularmente para el consumo de harinas y para el resto de los grupos de alimentos la opción con mayor porcentaje fue algunas veces.

Harinas y carbohidratos:

¿Con que frecuencia consume Harinas y sus derivados?					
	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	1	44	55	54	154
%	1%	29%	36%	35%	100%

Lácteos y derivados:

¿Con que frecuencia consume Lácteos y sus derivados?					
	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	5	96	49	5	155
%	3%	62%	32%	3%	100%

Carnes y derivados:

¿Con que frecuencia consume carne y sus derivados?					
	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	3	109	41	1	154
	2%	71%	27%	1%	100%

Verduras:

¿Con que frecuencia consume verduras?					
	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	0	84	54	17	155
	0%	54%	35%	11%	100%

Frutas:

¿Con que frecuencia consume Frutas?					
	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	1	93	50	10	154
%	1%	60%	32%	6%	100%

Granos:

¿Con que frecuencia consume Granos?					
-------------------------------------	--	--	--	--	--

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Todos los días	Total
Total, general	4	82	54	13	153
%	3%	54%	35%	8%	100%

En promedio se identificó que el 50% de las personas encuestadas tienen comportamientos nutricionales adecuados.

### 2.1.8 % de hogares que consumen hortalizas de su propia producción

Este indicador permite establecer si los hogares encuestados que producen hortalizas (tienen huertas), usan la producción para el autoconsumo. Se proporcionó un listado de hortalizas, entre ellas acelga, brócoli, cebolla junca, cilantro, coliflor, lechuga, perejil, remolacha, repollo y zanahoria. El cálculo se hizo sobre el total de preguntas contestadas ya que se podía seleccionar más de un ítem. Frente a la pregunta, si en el hogar se producen las siguientes hortalizas las respuestas fueron en total 562, 397 veces seleccionaron que sí producían, y 165 no. Las hortalizas más sembradas fueron cilantro, seguido de lechuga, repollo y cebolla junca y las menos sembradas remolacha, zanahoria y coliflor.

En relación con si las hortalizas sembradas se usan para el autoconsumo fue marcada como respuesta 545 veces (61% indicaron sí, y 39% no), las hortalizas más utilizadas para el autoconsumo son el cilantro la lechuga y el repollo.

Tabla 18: % de hogares que producen hortalizas y las usan para el autoconsumo

ITEM	PRODUCCION DE HORTALIZAS			AUTOCONSUMO DE HORTALIZAS		
	¿En su hogar se producen las siguientes hortalizas?			¿Se usan para autoconsumo?		
Tipo	Si	No	Total	Si	No	Total
Acelga	39	18	57	35	18	53
%	68%	32%	100%	66%	34%	100%
Brócoli	36	18	54	37	15	52
%	67%	33%	100%	71%	29%	100%
Cebolla Junca	40	15	55	41	13	54
%	73%	27%	100%	76%	24%	100%
Cilantro	57	3	60	56	4	60
%	95%	5%	100%	93%	7%	100%
Coliflor	29	23	52	25	24	49
%	56%	44%	100%	51%	49%	100%
Lechuga	52	10	62	51	11	62

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

ITEM	PRODUCCION DE HORTALIZAS			AUTOCONSUMO DE HORTALIZAS		
	¿En su hogar se producen las siguientes hortalizas?			¿Se usan para autoconsumo?		
Tipo	Si	No	Total	Si	No	Total
%	84%	16%	100%	82%	18%	100%
Perejil	39	19	58	40	17	57
%	67%	33%	100%	70%	30%	100%
Remolacha	28	22	50	24	24	48
%	56%	44%	100%	50%	50%	100%
Repollo	45	12	57	43	13	56
%	79%	21%	100%	77%	23%	100%
Zanahoria	32	25	57	33	21	54
%	56%	44%	100%	61%	39%	100%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>165</b>	<b>562</b>	<b>385</b>	<b>160</b>	<b>545</b>
%	71%	29%	100%	71%	29%	100%

El 71% de los hogares producen hortalizas y de estos, el 71% las usan para el autoconsumo.

## 2.2 EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES: ACCESO Y CONTROL DE LOS RECURSOS

El empoderamiento como proceso permite que una sociedad se transforme a partir del fortalecimiento de las capacidades de las mujeres, proceso fundamental para garantizar el acceso y control a los recursos económicos, de la mano con adquirir competencias, estimular liderazgos, potenciar el cambio cultural para que las comunidades y familias sean libres de violencias, y donde se valora y reconoce el rol de las mujeres.

En el estudio se indaga sobre la independencia económica o el interés que tienen las mujeres para alcanzarla, con cuales recursos cuenta, la capacidad para la toma de decisión, entre otros temas en el marco de la igualdad de género.

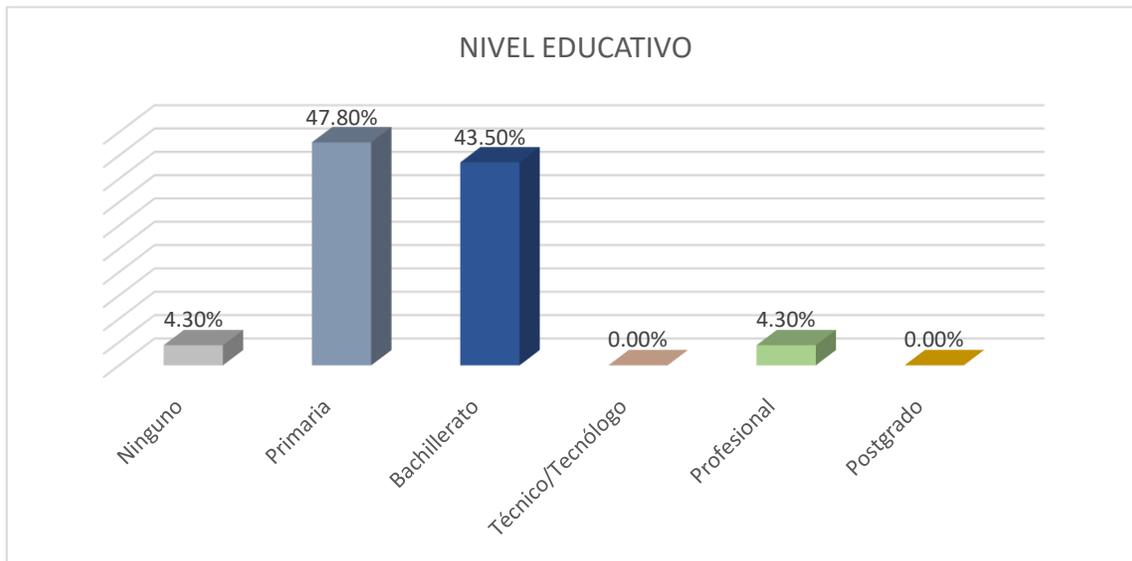
Se aplicó también una encuesta para los hombres en relación con su perspectiva sobre el empoderamiento de las mujeres, su involucramiento en las labores tradicionalmente asignadas a las mujeres y su posición sobre las violencias de género.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 2.2.1 Características sociodemográficas de las personas encuestadas

La encuesta se aplicó a mujeres mayores de 15 años, 16% jóvenes de 15 a 29 años, 42% adultas de 30 a 59 años, 24% personas mayores de 60. El 18% no contestó a la pregunta de edad. El 10% presentaba alguna condición de discapacidad. En relación con el nivel educativo la mayoría tenía primaria o bachillerato.

Gráfico 4: Nivel educativo de las mujeres encuestadas



El 30% de las personas encuestadas se reconoció como indígena, 86% como campesinas, 13% como víctimas de conflicto armado y 7% como población LGBTIQ+.

### 2.2.2 % de mujeres con confianza en sus propias habilidades de comunicación y negociación

#### Habilidades de comunicación y negociación

De las 48 encuestas realizadas el 33% de las mujeres manifestó sentirse bien o cómoda hablando en público, el 38% que no se siente cómoda o lo hace con gran dificultad, y el 29% lo hace con alguna dificultad.

Tabla 19: Distribución del porcentaje a la pregunta se siente hablando bien en público

Se siente bien hablando en publico	Total	Porcentaje
No, en absoluto	11	23%
Sí, pero con gran dificultad	7	15%
Sí, pero con un poco de dificultad	14	29%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Se siente bien hablando en publico	Total	Porcentaje
Si, bastante cómoda	11	23%
Si, muy cómoda	5	10%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

En relación con la pregunta si se siente bien hablando en público sobre cuestiones de género el 39% referenciaron sentirse bien o cómoda, el 39 % no se siente cómoda o lo hace con gran dificultad y el 22%, lo hace con alguna dificultad. Por su parte, sobre hablar en público sobre el acceso y manejo de los recursos el 35% se siente bien o cómoda, el 41% no se siente cómoda o lo hace con gran dificultad y el 24% lo hace, pero con dificultad.

También se preguntó sobre las habilidades comunicativas que consideran deben tener para una adecuada comunicación, siendo los porcentajes más altos para tener conocimiento del tema y manejar el tono de voz.

Tabla 20: Habilidades comunicativas que las mujeres encuestadas consideran deben mejorar

Habilidades de comunicación que considera se deben mejorar	Total	Porcentaje
Hacer contacto visual	9	7,1%
Tener en cuenta los gestos del cuerpo al expresarme	14	11,1%
El tono de voz	23	18,3%
Tener conocimiento del tema	36	28,6%
Expresar los sentimientos	17	13,5%
Hacerse responsable de las ideas, pensamientos y sentimientos al hablar	10	7,9%
Escuchar a las demás personas	17	13,5%
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100,0%</b>

Para la medición de este indicador también se indagó sobre la capacidad que tienen para la resolución de conflictos a través de una serie de afirmaciones y una escala de totalmente de acuerdo - a totalmente en desacuerdo.

Indique que tan de acuerdo o no, está con los siguientes enunciados			
1	Puede resolver los problemas que se presentan en el hogar	1. Totalmente en desacuerdo	10%
		2. En desacuerdo	27%
		3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10%
		4. De acuerdo	39%
		5. Totalmente de acuerdo	14%
2	Siempre encuentra alguna forma de resolver los problemas a los que se enfrenta	1. Totalmente en desacuerdo	15%
		2. En desacuerdo	21%
		3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9%
		4. De acuerdo	49%
		5. Totalmente de acuerdo	6%
3		1. Totalmente en desacuerdo	17%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Puede influir en las decisiones importantes de la comunidad	2. En desacuerdo	29%
	3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19%
	4. De acuerdo	35%
	5. Totalmente de acuerdo	0

Se destaca el alto porcentaje (46%) de mujeres que consideran estar totalmente en desacuerdo o en desacuerdo de poder influir en las decisiones importantes de la comunidad, y en promedio el 36% también están totalmente en desacuerdo o en desacuerdo con poder resolver los problemas en su hogar, y de encontrar la forma de resolver los problemas a los que se enfrentan.

Analizando los dos apartados de habilidades comunicativas y capacidad para la resolución de conflicto, en promedio el 42% de las mujeres tienen confianza en sus habilidades de comunicación y negociación.

### 2.2.3 % de mujeres que declaran participar de manera igualitaria en la toma de decisiones financieras del hogar

Tabla 21: Distribución de las respuestas para las preguntas de decisiones financieras en el hogar

DECISIONES FINANCIERAS EN EL HOGAR			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
1	¿Usted ahorra en su día a día?	1. Si	13%
		2. No	87%
2	¿Con quién ahorra?	1.Solo Yo	50%
		2.Con mi pareja / esposo	33%
		3. Con otra persona del hogar	17%
3	Cuando van a hacer uso de los ahorros, quien toma la decisión de cómo usarlos	1.Solo Yo	50%
		2.Solo mi pareja	0%
		3. Conjuntamente	33%
		4. Otra persona del hogar	0%
		5. Yo y otra persona del hogar	17%
4	¿En su vida cotidiana considera que puede tomar decisiones de manera autónoma para el manejo de sus recursos económicos?	1. Si	75%
		2. Algunas veces	20%
		3. No	5%
		4. No sabe/ No responde	0%
5	En su núcleo familiar, ¿quién administra el dinero?	1.Solo Yo	45%
		2.Solo mi pareja	11%
		3. Conjuntamente	34%
		4. Otra persona del hogar	7%
		5. Yo y otra persona del hogar	2%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

DECISIONES FINANCIERAS EN EL HOGAR			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
6	¿Cuenta con recursos propios para solventar sus gastos o necesidades?	1. Si	50%
		2. No	50%

El 87% de las personas encuestadas manifestaron no tener capacidad de ahorro, sólo el 13% logra tener un ahorro, y de estas, el 50% manifestó que es ella la que ahorra, el 33% lo hace con su pareja, y un 17% con alguna otra persona del hogar. Frente a la decisión de cómo usar los ahorros, el 50% lo define directamente la persona encuestada, el 33% lo hace conjuntamente con su pareja y el 17% con otra persona del hogar.

En relación con la capacidad para la toma de decisiones autónoma para el manejo de los recursos, el 75% manifestó que si tiene esta capacidad. Sobre la administración de los recursos en el hogar el 45% lo realiza directamente la persona encuestada, 34% en conjunto, y el 11% solo la pareja. Llama la atención que el 7% de las personas encuestada manifestaron que hay otras personas que administran el dinero, en la percepción de los encuestadores esto está relacionado principalmente con miembros mayores que tienen la propiedad de la vivienda o del terreno donde se encuentra la familia.

Aunque en las respuestas a las preguntas anteriores se identifican altos porcentajes en el manejo autónomo de los recursos por parte de las mujeres, el 50% de informó que no tienen recursos propios para solventar sus gastos o necesidades.

Para calcular este indicador también se indagó por la dinámica del trabajo doméstico y de roles de género en el hogar:

Tabla 22: Distribución del porcentaje de las respuestas en relación con la dinámica de trabajo doméstico y roles de género en el hogar

TRABAJO DOMÉSTICO Y ROLES DE GÉNERO			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
1	Usted considera que la mayoría de las decisiones del hogar deben ser tomadas por el hombre.	1. Totalmente en desacuerdo	23%
		2. En desacuerdo	67%
		3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10%
		4. De acuerdo	0%
		5. Totalmente de acuerdo	0%
2	Usted considera que hay trabajos solo para los hombres y trabajos solo para las mujeres y que uno no debería hacer el trabajo del otro	1. Totalmente en desacuerdo	24%
		2. En desacuerdo	56%
		3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16%
		4. De acuerdo	2%
		5. Totalmente de acuerdo	2%
3	Usted considera que el hombre debe estar pendiente del cuidado de niños y las niñas, así como de tareas del hogar.	1. Totalmente en desacuerdo	13%
		2. En desacuerdo	9%
		3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7%
		4. De acuerdo	53%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

TRABAJO DOMÉSTICO Y ROLES DE GÉNERO			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
	5. Totalmente de acuerdo	18%	
4	¿Cuánto tiempo dedica al día a las actividades del hogar (¿oficios, cuidado de niños y niñas, preparación de alimentos, etc.?)	1. Menos de 1 hora al día	2%
		2. De 1 a 3 Horas	27%
		3. De 4 a 6 horas	20%
		4. Mas de 6 horas	51%

De manera general se destaca la percepción de las mujeres sobre que los hombres se deben involucrar en las labores del hogar, así como que las decisiones no solo deben ser tomadas por ellos, sin embargo, se identifica un alto porcentaje para el tiempo que dedican las mujeres a las labores del hogar de más de 6 horas al día (51%).

Frente a las preguntas relacionadas con trabajo doméstico y roles de género el 90% de las encuestadas manifiestan estar en desacuerdo totalmente o en desacuerdo que las decisiones del hogar deban de ser asumidas por los hombres.

Analizando los resultados, en promedio el 59% de las mujeres tienen capacidad de tomar decisiones en temas financieros del hogar, y una percepción y distribución equitativa del trabajo doméstico en el marco de los roles de género.

### 2.2.4 % de mujeres usuarias activas de servicios financieros formales e informales

Tabla 23: Distribución de porcentaje de las respuestas en relación con el acceso de las mujeres a servicios financieros formales e informales

ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
1	¿Usted tiene acceso a servicios financieros formales (servicios bancarios y/o - cuentas bancarias, créditos, tarjetas de crédito, préstamos, crédito hipotecario, incluye servicios móviles - nequi, daviplata, etc..)	1. SI	42%
		2. No	58%
2	¿Usted ha participado en espacios asociados con servicios financieros no formales (Por ejemplo, grupos de ahorro comunitario, cadenas de ahorro)	1. SI	14%
		2. No	86%
3	¿Ha solicitado algún préstamo en los últimos 12 meses?	1. SI	26%
		2. No	74%
4	¿En dónde solicitó el préstamo?	1 banco	58%
		2 cooperativa	0%
		3 grupo de ahorro comunitario	17%
		4 prestamistas (gota a gota)	17%
		5 otro	8%
5	¿El préstamo le fue otorgado?	1. SI	82%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

		2. No	18%
6	¿Por qué no le otorgaron el préstamo?	1. No calificó para el préstamo por falta de garantía para pagarlo	0%
		2. Porque le faltó documentación	100%
		3. Porque desistió del préstamo por miedo a no poder pagarlo	0%
		4. Porque desistió del préstamo por que mi pareja no estaba de acuerdo	0%
		5 otro	0%

Se destaca que el 42% de las mujeres tienen acceso a servicios financieros formales, pero baja la participación en modalidades informales como los grupos de ahorro y crédito local (14%). En cuanto al tema de préstamos un dato preocupante es que el 17% de las mujeres ha acudido a prestamistas o gota o gota.

Con estos datos se identifica que en promedio el 48% de las mujeres encuestadas han tenido acceso a servicios financieros formales e informales.

### 2.2.5 % de mujeres con mayor capacidad para realizar una actividad económica

Tabla 24: Distribución del porcentaje de las respuestas para capacidad de las mujeres para llevar a cabo una actividad económica

CAPACIDAD PARA DESARROLLO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
Preguntas		RESPUESTAS	%
1	Usted realiza actividades remuneradas	1. SI	38%
		2. No	62%
2	¿Cuáles actividades realiza?	1. Trabajo asalariado agrícola	25%
		2. Trabajo asalariado no agrícola	15%
		3. Mano de obra cualificada (independiente)	15%
		4. Pequeñas actividades empresariales - emprendimientos	20%
		5. Empleado formal público o privado	10%
		7. Comercialización de producto 8. 9. os agrícolas y ganaderos	15%
		7. Otro	0%
3	¿Le gustaría iniciar una actividad remunerada?	1. SI	78%
		2. No	22%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

CAPACIDAD PARA DESARROLLO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
4	¿Qué actividades remuneradas le gustaría realizar?	1. Trabajo asalariado agrícola	9%
		2. Trabajo asalariado no agrícola	4%
		3. Mano de obra cualificada (independiente)	6%
		4. Pequeñas actividades empresariales - emprendimientos	41%
		5. Empleado formal público o privado	15%
		6. Comercialización de productos agrícolas y ganaderos	26%
		7. Otro	0%
5	¿Cuenta con los recursos económicos (capital semilla) para llevar a cabo su emprendimiento?	1. SI	28%
		2. No	72%
6	¿Cuenta con la formación y/o conocimiento para realizar las actividades económicas deseadas?	1. SI	54%
		2. No	46%
7	¿Qué tipo de recursos cree que necesita fortalecer para poder llevar a cabo la actividad economía deseada? Seleccione las que considere	1. Formación académica / técnica / capacitación	19%
		2. Capital semilla	24%
		3. Acceso a oportunidades laborales	18%
		4. Apoyo del Estado u otras entidades	20%
		5. Acceso a mercados	14%
		6. Otra	5%

Solo el 38% de las mujeres realiza una actividad remunerada principalmente como trabajadoras asalariadas agrícolas y en pequeñas actividades empresariales. Sin embargo, al 78% le gustaría iniciar una actividad remunerada principalmente pequeñas actividades empresariales (emprendimientos) y comercialización de productos agrícolas y ganaderos. El 54% cuenta con la formación y conocimientos para la actividad que le gustaría realizar, pero solo el 28%, tiene los recursos económicos para iniciar su emprendimiento.

En promedio el 49% de las mujeres encuestadas cuenta con la capacidad para desarrollar una actividad económica.

### 2.2.6 % de hombres que dedican tiempo al trabajo doméstico no remunerado

Esta encuesta permite identificar las actividades que los hombres llevan a cabo en el hogar, su dedicación al trabajo doméstico y percepción sobre los roles de género, violencias basadas en género y la toma de decisiones en el hogar.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Sobre las características sociodemográficas de las personas encuestadas en cuanto al nivel educativo el 50% tiene primaria, 38,2% secundaria, el 8,8% no tiene estudios y el 2,9% tiene estudios técnicos o tecnológicos.

En relación con la pertenencia étnica el 34% se reconoció como indígena, 3% afrodescendiente y 6% raizal. El 6,1% declaró ser víctima del conflicto armado y el 97% de identificaron como campesinos.

Tabla 25: Distribución del porcentaje en las respuestas de la dedicación de los hombres al trabajo doméstico y percepción sobre los roles de género

TRABAJO DOMÉSTICO Y ROLES DE GÉNERO		
Preguntas	RESPUESTAS	%
1 Usted considera que la mayoría de las decisiones del hogar deben ser tomadas por el hombre.	1. Totalmente en desacuerdo	24%
	2. En desacuerdo	56%
	3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15%
	4. De acuerdo	6%
	5. Totalmente de acuerdo	0%
2 Usted considera que hay trabajos solo para los hombres y trabajos solo para las mujeres y que uno no debería hacer el trabajo del otro	1. Totalmente en desacuerdo	18%
	2. En desacuerdo	62%
	3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12%
	4. De acuerdo	6%
	5. Totalmente de acuerdo	3%
B3 Usted considera que el hombre debe estar pendiente del cuidado de niños y niñas, así como de tareas del hogar.	1. Totalmente en desacuerdo	3%
	2. En desacuerdo	6%
	3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21%
	4. De acuerdo	56%
	5. Totalmente de acuerdo	15%
B4 ¿Usted dedica tiempo en su día a día a las labores del hogar? (oficios, cuidado de niños y niñas, preparación de alimentos, etc..)	1 Si	91%
	2 No	9%
B5 ¿Cuánto tiempo dedica al día a las actividades del hogar (oficios, cuidado de niños y niñas, preparación de alimentos, etc.)?	1. Menos de 1 hora al día	16%
	2. De 1 a 3 Horas	52%
	3. De 4 a 6 horas	13%
	4. Mas de 6 horas	19%
B6 ¿Considera que una mujer debe tolerar la violencia para mantener la estabilidad en el hogar?	1. Si	0%
	2. No	97%
	3. Algunas veces	3%
	4. Depende de las circunstancias	0%

De manera general se evidencian altos porcentajes para la vinculación de los hombres a las actividades del hogar (91%) y en promedio el 68% dedican entre 1 a 3 horas diarias en estas labores. También se evidencia datos positivos sobre los roles de género, por ejemplo, sobre la toma de decisiones y la división de labores exclusivas para mujeres y hombres. El reto si debe ser en relación con la VBG y es

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

que ninguna persona considere que bajo ciertas circunstancias es admisible esta situación. En promedio el 81% de los hombres encuestados dedican tiempo a las labores del hogar, y muestran actitudes adecuadas en relación con el empoderamiento de las mujeres.

### 2.3 AGRICULTURA HOGAR Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

Con estos indicadores se miden el componente relacionado con las actividades productivas agrícolas que realizan en el sector rural en los municipios determinados para este estudio, con foco en el rol de las mujeres en cuanto a la capacidad de toma de decisión en estos temas, el acceso a insumos y mercados.

#### 2.3.1 Caracterización sociodemográfica de las personas encuestadas

Se encuestaron un total de 88 personas. El 24% se reconocieron como indígenas, el 21,5% víctimas del conflicto armado, el 95% como campesinos. Respecto a la orientación sexual e identidad de género el 3,4% se identificaron como población LGBTIQ+

En relación con la estructura familiar de los hogares de las personas encuestadas el 36% de las familias son extendidas, 32% nucleares, 13% familias sin hijos y 10% monoparentales. El número de integrantes es principalmente 4 (25%), 3 (23%), 2 (17%), 6 (14%), y, 5 (11%). Sobre la composición de los hogares por sexo el 51,5% son mujeres.

Sobre el nivel educativo de los miembros de las familias encuestadas el 31,9% tiene primaria incompleta, el 21,3% primaria, el 21,3% secundaria, y en promedio, el 5,5% tiene nivel técnico, tecnológico y profesional.

En cuando al acceso a los servicios públicos, los porcentajes más altos son para los servicios de luz y gas con el 97% y 86% respectivamente, y los más bajos, para los servicios de alcantarillado (29%) e internet (37%).

Tabla 26: Acceso a los servicios públicos hogares encuestados

ACCESO A SERVICIOS PUBLICOS										
SERVICIO	GUALMATAN		IPIALES		PASTO		PUPIALES		PROMEDIO	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Agua Potable	75%	25%	56%	44%	85%	15%	88%	13%	76%	24%
Alcantarillado	63%	38%	30%	70%	10%	90%	13%	88%	29%	72%
Gas	75%	25%	90%	10%	79%	21%	100%	0%	86%	14%
Internet	13%	88%	30%	70%	42%	58%	63%	38%	37%	64%
Leña	75%	25%	80%	20%	74%	26%	100%	0%	82%	18%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

ACCESO A SERVICIOS PUBLICOS										
SERVICIO	GUALMATAN		IPIALES		PASTO		PUPIALES		PROMEDIO	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Luz	88%	13%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	97%	3%

### 2.3.2 % de mujeres agricultoras que acceden a insumos agrícolas (por ejemplo, semillas, fertilizantes)

Tabla 27: Distribución de los porcentajes para las respuestas de acceso a insumos

Acceso a Insumos y servicios agrícolas			
Preguntas	RESPUESTAS	%	
1 ¿Cuál es su ocupación primaria?	1. Venta de cultivos (producción propia)	36%	
	2. Ganado (leche, carne, ventas, etc.)	20%	
	3. Trabajo asalariado (agrícola)	10%	
	4. Trabajo asalariado (no agrícola)	3%	
	5. Pequeñas actividades empresariales	1%	
	7. Mano de obra cualificada (trabajo autónomo)	14%	
	8. Trabajadores asalariados (gobierno, oficina, fábrica, etc.)	1%	
	9. Viveros/semillas	2%	
	11. Otro	4%	
	12. Sin empleo	12%	
	2 ¿Qué clase de productos agrícolas conoce? Seleccione todos los que correspondan	1. Fertilizantes	43%
		2. Herbicidas	36%
3. Fungicidas		38%	
Ninguno		13%	
3 ¿Conoce sobre los siguientes temas? Seleccione todos los que correspondan	1. Sanidad vegetal	16%	
	2. Fertilización	26%	
	3. Análisis de suelos	11%	
	4. Uso de maquinaria	6%	
	5. Prácticas de manejo de suelos	10%	
	6. Prácticas de postcosecha	16%	
	Ninguno	15%	
4 ¿Se dedicó a actividades agrícolas o ganaderas durante los últimos 12 meses?	1. Si	76%	
	2. No	24%	
5 ¿A cuáles actividades agrícolas o ganaderas se dedicó durante los últimos 12 meses? (seleccione todas las que correspondan)	1. Tomar decisiones sobre tipo de cultivos / ganados	23%	
	2. Cultivar	34%	
	3. Cuidar ganado	15%	

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Acceso a Insumos y servicios agrícolas		
Preguntas	RESPUESTAS	%
	4. Ventas y marketing	16%
	5. Procesamiento postcosecha	8%
	6. Proporcionar mano de obra remunerada	3%
	7. Otro	1%
6 ¿Accedió a cualquiera de las siguientes fuentes enunciadas para el desarrollo de su actividad agrícola en los últimos 12 meses? Seleccione todas las que correspondan	1. Cooperativa o grupo de productores	21%
	2. Programa gubernamental	2%
	3. Agro distribuidor / proveedor de insumos a menos de 5 km <sup>3</sup>	0%
	4. Agro distribuidor / proveedor de insumos a más de 5 km	4%
	5. Productor local de insumos (piensos, multiplicador de semillas, etc.)	2%
	6. Otros	6%
	7. No tuvo acceso a los insumos	64%
7 ¿Accedió a información de mercado o extensión por cualquiera de los siguientes medios durante la temporada agrícola más reciente? Seleccione todas las que correspondan	1. Teléfono celular/SMS	16%
	2. Radio	10%
	3. Televisión	7%
	4. Agentes de extensión del gobierno	3%
	5. Otros productores	11%
	6. Intermediario	9%
	7. Proveedores de insumos/ agro distribuidor	6%
	8. ONG	8%
	9. Otro	8%
	10. No ha recibido información	21%
8 ¿Accedió a alguna de las siguientes fuentes de financiamiento agrícola? durante los últimos 12 meses? Seleccione todas las que correspondan	1. Ahorros	21%
	2. Préstamos	37%
	3. Cooperativa Agrícola	6%
	4. Seguro agrario	2%
	5. VSLA	5%
	6. Otro	0%
	8. No tuvo acceso	30%

Para la medición de este indicador se tuvo en cuenta el acceso a los productos agrícolas y fuentes de información, pero también como parte fundamental está el conocimiento sobre los insumos y el acceso a información. La principal ocupación de las mujeres es la venta de cultivos (36%) seguida de los productos ganaderos (20%). En promedio el 87% de las mujeres encuestadas tienen conocimiento sobre productos agrícolas principales, y el 85% sobre temas agrícolas claves. El 75% de las mujeres encuestas reportó que en los últimos 12 meses se ha dedicado a actividades agrícolas o ganaderas relacionadas principalmente con el cultivo, toma de decisiones sobre las actividades agrícolas/ganaderas, y ventas.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Sobre el acceso a insumos para el desarrollo de la actividad agrícola el 64% de las mujeres no tuvo acceso, y aquellas que lo tuvieron fue principalmente a través de una Cooperativa. En relación con acceso a información sobre mercados o programas de extensión el 21% reportó no tener acceso, y respecto a fuentes de financiación, el 70% si tuvo acceso principalmente a través de préstamos y uso de los ahorros.

En promedio el 72% de las mujeres tuvo acceso a insumos agrícolas, fuentes de financiación, y tienen conocimientos en temas claves agrícolas, así como acceso a la información.

### 2.3.3 % de mujeres agricultoras que acceden a mercados de productos para vender la producción agrícola

Prácticas de comercialización - acceso a mercados			
1	¿Usted o alguien en su hogar vendió alguno de los productos de su [parcela de tierra, animales o productos] durante los últimos 12 meses?	1. Si, yo	23%
		2. Si, mi esposo - pareja	17%
		3. Si ambos conjuntamente	43%
		4. No se vendió nada	17%
2	¿Cuáles de las siguientes prácticas se utilizaron para vender los productos de su [parcela de tierra, animales o productos de acuicultura durante los últimos 12 meses? Seleccione todas las que correspondan	1. Venta individual en el mercado local	48%
		2. Venta individual a comerciantes - recolectores	45%
		3. Venta a granel a través de agrupaciones de agricultores/productores	7%
		4. Venta a través de contrato a comerciantes del sector formal	0%
		5. No sé	0%

De los datos se destaca que el 68% de las mujeres solas o conjuntamente han vendido sus productos en los últimos 12 meses, principalmente a través de la venta individual en el mercado local y a comerciantes.

El 68% de las mujeres de manera individual o conjuntamente con otro miembro del hogar tienen acceso a los mercados.

### 2.3.4 % de aumento de los ingresos familiares

Este indicador permite determinar el nivel de ingresos de los hogares, cuál es la principal fuente de ingresos, y quienes de hogar proveen los ingresos.

En cuanto a los ingresos es necesario mencionar que de las 88 encuestas que se realizaron se obtuvieron 113 respuestas dado que las preguntas no eran excluyentes, es decir, en algunas y en algún

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

momento (periodo de tiempo) los ingresos pudieron ser obtenidos por los hombres o por las mujeres, o por ambos, e inclusive niños u otros miembros de la familia.

La principal fuente de ingresos para las familias encuestadas corresponde al trabajo asalariado agrícola (32%), seguida de la comercialización de productos agrícolas y ganaderos (25%) y la mano de obra cualificada (14%). Por su parte el principal proveedor es el hombre con el 41%, seguido de ingresos conjuntos -hombre y mujer- con el 37%, y las mujeres con el 15%.

Tabla 28: Distribución del porcentaje para las repuestas de fuente de ingreso y proveedor

Fuente de ingresos y cual miembro del hogar los obtuvo							
Actividades	Hombres	Mujeres	Hombres y Mujeres	Niños	Todos	Total	%
Comercialización de los productos agrícolas y ganaderos	12	2	12		2	28	25%
Empleado (a)/ formal público o privado	2	1	1		1	5	4%
Mano de obra cualificada (independiente)	10	1	4		1	16	14%
Pequeñas actividades empresariales (venta ambulante, comercio)	1	3	1	1		6	5%
Trabajo asalariado agrícola	16	4	15		1	36	32%
Trabajo asalariado no agrícola	4	2	1		1	8	7%
otro: Cuyes		1				1	1%
otro: ganadería					1	1	1%
Otro: Huerta	1					1	1%
otro: independiente		1	1			2	2%
otro: leche			5			5	4%
otro: Leche, cuyes			1			1	1%
otro: No responde		2	1			3	3%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>17</b>	<b>42</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>113</b>	
<b>Porcentaje</b>	<b>41%</b>	<b>15%</b>	<b>37%</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>	

Con base en las respuestas sobre el promedio de ingresos mensuales en los hogares encuestados, se construyeron los rangos relacionados en la tabla 29, encontrando que el 86% de las familias tienen ingresos hasta \$900.000 (de estos 54% hasta \$480.000), lo que significa que están por debajo del salario mínimo actual en Colombia \$1.160.000.

Tabla 29: Distribución del porcentaje de ingresos promedios en los hogares encuestados

Ingresos por hogar		
Promedio mensual	Número de hogares	Porcentaje
Hasta 480.000	41	54%
de 480.001 a 900.000	24	32%
de 900.001 a 1'320.000	2	3%
De 1'320.001 a 1'740.000	1	1%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Ingresos por hogar		
Promedio mensual	Número de hogares	Porcentaje
De 1'740.001 a 2'160.000	4	5%
De 2'160.001 a 2'580.000		0%
De 2'580.001 a 3'000.000	2	3%
De 3'000.001 en adelante	2	3%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Solo el 15% de los hogares encuestados tiene ingresos por encima de los \$900.000. En promedio también se identificó que el 58% de los hogares pueden desarrollar la actividad económica generadora de ingresos de 10 a 12 meses al año, el 12% de 7 a 9 meses, y el 12% de 1 a 6 meses.

Finalmente se indagó por la toma de decisiones en el hogar para el manejo de los ingresos y se identificó un alto porcentaje para toma de decisiones conjunta (hombre y mujer) con el 60%, seguida de solo la mujer con el 21%, y solo el hombre con el 19%.

### 2.3.5 % de mujeres agricultoras con toma de decisiones única y/o conjunta en relación con la producción agrícola

A través de este indicador se indagó por la capacidad de toma de decisión de las mujeres en relación con las actividades agrícolas principales del hogar, el manejo de los ingresos y la autonomía en la toma de decisiones.

Se preguntó a las mujeres sobre la participación y capacidad de toma sobre los ítems de la tabla 30, las personas encuestadas reportaron participar principalmente en los temas de definición de los cultivos comerciales, el proceso de comercialización, los cultivos destinados para el autoconsumo, cría de ganado y especies menores y principales gastos en el hogar.

Tabla 30: Distribución del porcentaje de las respuestas para la toma de decisión sobre actividades agrícolas y del hogar

Su hogar se dedica a	Cuando se toman decisiones sobre los siguientes aspectos de la vida del hogar, ¿quién toma normalmente la decisión?					
	Hombre	Mujer	Pareja	Otra persona	Con otra persona	TOTAL
Cultivos destinados principalmente a la alimentación doméstica	9%	24%	53%	0%	15%	7%
Cultivos comerciales: cultivos destinados principalmente a la venta en el mercado	12%	24%	74%	0%	12%	9%
Cría de ganado o especies menores	9%	24%	62%	0%	12%	8%
¿Cuándo o quién lleva los productos al mercado?	18%	18%	59%	6%	21%	9%
Actividad empresarial no agrícola	9%	9%	18%	0%	0%	3%
Qué insumos comprar para la producción agrícola	9%	12%	47%	3%	9%	6%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Su hogar se dedica a	Cuando se toman decisiones sobre los siguientes aspectos de la vida del hogar, ¿quién toma normalmente la decisión?					
	Hombre	Mujer	Pareja	Otra persona	Con otra persona	TOTAL
Principales gastos del hogar (grandes electrodomésticos)	9%	24%	62%	3%	18%	9%
Gastos domésticos menores (como alimentos para el consumo diario u otras necesidades domésticas)	3%	15%	71%	0%	18%	8%
Negociar con compradores	9%	12%	68%	0%	21%	8%
Comprar ropa para una/o mismo	9%	21%	56%	3%	15%	8%
Gastar el dinero que ha ganado	6%	15%	65%	0%	18%	8%
Gastar el dinero que ha ganado su cónyuge / pareja	6%	6%	50%	0%	15%	6%
Educación de los hijos/as	6%	15%	35%	0%	12%	5%
Buscar tratamiento médico para sus hijas/os o para usted en caso de enfermedad	9%	12%	38%	0%	12%	5%
Utiliza o no la planificación familiar (incluida la anticoncepción) para espaciar o limitar los nacimientos	9%	3%	9%	0%	6%	2%
<b>PORCENTAJE</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>	<b>57%</b>	<b>1%</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

En relación con la toma de decisiones a nivel global se resalta un alto porcentaje para la toma de decisiones en pareja con el 57%, seguido de mujer 17%, y conjuntamente con otras personas 15%. Se identifica un bajo porcentaje para la toma de decisión relacionada con el tema de planificación familiar. En relación con estos ítems (tabla 30) también se preguntó por la medida en que participan las mujeres en la toma de decisión, el 49% indicaron que participan en todas, el 32% en la mayoría, el 13% en algunas y el 6% reportó que en ninguna.

Tabla 31: Distribución del porcentaje para las opciones de respuesta sobre toma de decisiones autónoma

Su hogar se dedica a	¿En qué medida cree que podría tomar sus propias decisiones personales sobre estos aspectos de la vida familiar si quisiera?				
	No podría	Podría en pequeña medida	Podría en mediana medida	Si, podría	TOTAL
Cultivos destinados principalmente a la alimentación doméstica	3%	15%	12%	71%	7%
Cultivos comerciales: cultivos destinados principalmente a la venta en el mercado	3%	9%	32%	76%	9%
Cría de ganado o especies menores	3%	6%	24%	74%	8%
¿Cuándo o quién lleva los productos al mercado?	9%	12%	24%	74%	9%
Actividad empresarial no agrícola	3%	9%	3%	21%	3%

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Su hogar se dedica a	¿En qué medida cree que podría tomar sus propias decisiones personales sobre estos aspectos de la vida familiar si quisiera?				
	No podría	Podría en pequeña medida	Podría en mediana medida	Si, podría	TOTAL
Qué insumos comprar para la producción agrícola	0%	18%	15%	50%	6%
Principales gastos del hogar (grandes electrodomésticos)	9%	9%	24%	74%	9%
Gastos domésticos menores (como alimentos para el consumo diario u otras necesidades domésticas)	0%	9%	26%	71%	8%
Negociar con compradores	9%	3%	24%	74%	8%
Comprar ropa para una/o mismo	6%	3%	26%	68%	8%
Gastar el dinero que ha ganado	3%	6%	24%	68%	8%
Gastar el dinero que ha ganado su cónyuge / pareja	3%	6%	26%	41%	6%
Educación de los hijos/as	3%	6%	21%	38%	5%
Buscar tratamiento médico para sus hijas/os o para usted en caso de enfermedad	6%	6%	21%	38%	5%
Utiliza o no la planificación familiar (incluida la anticoncepción) para espaciar o limitar los nacimientos	3%	3%	15%	6%	2%
<b>PORCENTAJE</b>	5%	9%	24%	63%	100%

Se resalta el porcentaje para la opción de sí podría 63%, y podría en mediana medida 24% tomar la decisión de manera autónoma en relación con los diferentes ítems de la tabla 31. En relación con estos mismos ítems se indagó por en qué medida las mujeres pueden tomar decisiones autónomas sobre los ingresos que generan estas actividades, el 55% informó que sí podría, el 25% que podría en mediana medida, el 14% en pequeña medida, y el 6% no podría.

En promedio EL 84% de las mujeres tienen toma de decisión única o conjunta sobre las actividades agrícolas

### 2.3.6 % de mujeres agricultoras con acceso, control o propiedad de un conjunto básico de recursos, activos y servicios productivos

A través de este indicador se indagó sobre la propiedad de la tierra y otros activos importantes para el desarrollo de las actividades agrícolas, así como el acceso a insumos para la producción por parte de las mujeres.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

En primer lugar, se indagó sobre el tipo de tenencia de la tierra, el 64% indicó que es propia, 8% amediero<sup>2</sup>, y 27% arrendada. La propiedad de la tierra corresponde al 33% para los hombres, 31% para las mujeres, y 37%, conjunta

Se preguntó también sobre la propiedad del capital productivo y otros bienes. El porcentaje más alto de propiedad fue para teléfono celular (15%), pequeños bienes de consumo duradero (14%), vivienda y grandes bienes de consumo duradero (12%), y tierras para la producción agrícola (11%).

Tabla 32: Distribución del porcentaje para los tipos de activos que tiene el hogar

Capital productivo	¿Alguien en su hogar tiene actualmente algún [ITEM]?	
	Cuenta	Porcentaje
Tierras agrícolas (piezas/parcelas)	44	11%
Ganado mayor (bueyes, vacas)	30	8%
Ganado menor (cabras, cerdos, ovejas)	14	4%
Pollos, patos, pavos, palomas	29	7%
Estanque o equipo de pesca		0%
Equipo agrícola no mecanizado (hoz)	12	3%
Equipo agrícola (mecanizado)	2	1%
Equipamiento no agrícola	3	1%
Casa (y otras estructuras)	47	12%
Grandes bienes de consumo duradero (TV, sofá)	46	12%
Pequeños bienes de consumo duradero (radio, utensilios de cocina, plancha)	54	14%
Teléfono móvil	57	15%
Otros terrenos no utilizados con fines agrícolas (piezas, terrenos residenciales o comerciales)	15	4%
Medios de transporte (bicicleta, motocicleta, coche)	36	9%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

Respecto a la propiedad del activo el 25% es para las personas encuestadas, 57% para propiedad conjunta, 6% propiedad de la pareja, igual porcentaje para otro miembro del hogar.

Se indagó también en relación con los ítems de la tabla 32 por la capacidad de toma de decisión para la venta o compra de estos activos, en promedio en el 82% la decisión es para la persona encuesta y para la opción de manera conjunta (hombre – mujer).

En promedio el 79% de las mujeres tienen acceso, control o propiedad de un conjunto básico de recursos, activos y servicios productivos

<sup>2</sup> Es una forma de arrendamiento de la tierra donde el propietario le cobra al productor sobre un porcentaje de la ganancia de la producción que por lo general es del 50%.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 2.3.7 % de aumento del rendimiento por unidad de superficie

A través de este indicador se determinó el rendimiento actual por unidad de superficie de los principales productos cultivados por los hogares encuestados.

Los principales productos cultivados son la papa (97%), lechuga y repollo (33%), cebolla junca y cilantro (31%), acelga (27%), brócoli y coliflor (23%), y zanahoria (17%). La dedicación al trabajo en estos cultivos es tanto del hombre como de la mujer en el 52%, seguido de dedicación exclusiva del hombre 24%, y solo de la mujer 15%, en el este último caso principalmente en los cultivos de hortalizas.

Tabla 33: Distribución del porcentaje de la respuesta para los tipos de cultivos de los hogares encuestados

USTED CULTIVA (SOLO PAPA – HORTALIZAS)			
	CONCEPTO	conteo	%
1	Siembra solo papa	31	35%
2	Siembra solo hortalizas	5	6%
3	siembra papa y hortalizas	32	36%
4	No siembra	20	23%
	TOTAL	88	100%

Respecto al rendimiento por área cultivada para la papa se encontró:

- Que la producción para la mayoría de los pequeños productores en menos de 1 hectárea (ha) y entre 1 a 3 ha es de 50 a 100 kg.
- Que la producción para la mayoría de los pequeños productores entre 4 a 7 ha es de 300 a 600 kg.
- Que la producción para la mayoría de los pequeños productores en más de 7ha es de más de 600 kg.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

### 3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL EQUIPO CONSULTOR TIERRA QUE ANDA

El proyecto "Ella Alimenta al Mundo" se presenta como una iniciativa orientada a promover la seguridad alimentaria, nutricional y la inclusión de cadenas de valor central del departamento de Nariño. El enfoque central del proyecto está en empoderar a las mujeres productoras a pequeña escala, y a la vez, conectarlas con actores clave del mercado, potencialmente la cadena de suministro de PepsiCo.

El proceso de levantamiento de línea de base es fundamental para que el proyecto "Ella Alimenta al Mundo" ya que los resultados son una hoja de ruta para la implementación de los planes de fortalecimiento de las organizaciones rurales priorizadas, y las intervenciones generales en los municipios focalizados.

En el departamento de Nariño, existen organizaciones rurales conformadas o lideradas por mujeres que se han vinculado a la actividad agrícola de cultivo y comercialización, entre otros productos, papa y hortalizas, lo cual es significativo en el incremento de la participación de las mujeres en roles de trabajo del campo.

Esta investigación propone analizar condiciones de empoderamiento económico femenino principalmente, inclusión financiera, cadenas de valor inclusivas, entre otros, hace hincapié en identificar necesidades de formación en diversas áreas, incluyendo agricultura adaptativa, gestión financiera y prácticas de nutrición. Se introduce el análisis desde una perspectiva de género, buscando entender la dinámica y roles de género dentro de las comunidades y cómo estos influyen tanto el ámbito productivo como el social.

Sobre los resultados se identificó que el nivel educativo de la población encuestada está mayoritariamente en el rango de primaria incompleta y primaria completa, lo que indica que la mayoría de la experiencia en el sector agropecuario proviene de conocimientos empíricos y no de formación académica formal. Esto presenta un desafío para la implementación de programas de formación y políticas públicas en la región.

El estudio revela variaciones en los niveles de inseguridad alimentaria entre los municipios y sus corregimientos o poblaciones. Mientras que Pasto presenta un riesgo entre leve y moderado, los otros municipios varían entre riesgo moderado y grave. Es especialmente preocupante la situación en Pupiales, donde varias poblaciones están al borde del rango de inseguridad alimentaria. Estos resultados son fundamentales para priorizar intervenciones y recursos en áreas con mayor inseguridad alimentaria. Será vital implementar programas de apoyo y monitorear la situación para asegurar el bienestar de estas comunidades.

Diversidad alimentaria: aunque los carbohidratos son una parte dominante de la dieta, es esencial promover un equilibrio al alentar el consumo de verduras, frutas y proteínas para una dieta más variada y nutritiva. Frente al autoconsumo especialmente de hortalizas, es una práctica significativa. Esto puede verse como una oportunidad para promover prácticas agrícolas sostenibles y mejorar la seguridad

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

alimentaria. Existen dificultades frente al acceso a Alimentos, la proximidad a los centros urbanos afecta el acceso regular a ciertos alimentos, es esencial establecer sistemas de distribución eficientes o promover aún más la agricultura local para garantizar que todos tengan acceso a una dieta equilibrada.

Estrategias de afrontamiento negativo. El recuento de estas estrategias muestra que la seguridad alimentaria es una preocupación real y urgente en los territorios priorizados. La adopción de estas estrategias negativas puede tener consecuencias a largo plazo para las comunidades, especialmente si resultan en un endeudamiento crónico o en la degradación de sus recursos. Se deben considerar estos hallazgos al desarrollar programas e intervenciones para abordar la inseguridad alimentaria en estos municipios y corregimientos. Es esencial un enfoque multidimensional que no solo aborde la disponibilidad y accesibilidad de alimentos, sino también el apoyo financiero, la educación y la conciencia comunitaria.

En los talleres desarrollados (focus group) los participantes sugieren el desarrollo de proyectos de huertas caseras y cría de animales que puedan generar ingresos adicionales o proporcionar alimentos cuando los precios suban o haya escasez. Y se propone que las asociaciones locales colaboren con la alcaldía y otras entidades para obtener remesas que ayuden a las comunidades más necesitadas durante tiempos difíciles.

Este estudio resalta la importancia de considerar tanto los hábitos dietéticos como el acceso a recursos esenciales, como el agua potable, al evaluar y promover la salud y el bienestar en diferentes comunidades. En cuanto al ejercicio físico, el 72% de los encuestados en el municipio de Pasto afirmó no practicarlo, lo que sugiere la falta de políticas públicas que promuevan la actividad física. En relación con los horarios de consumo de alimentos, la mayoría de los encuestados tiene hábitos regulares, con el 63% comiendo casi siempre o siempre a la misma hora. Todos los encuestados consumen sal y azúcar, la mayoría optando por un consumo medio. Las verduras se consumen 2 a 3 veces por semana en promedio, lo que sugiere una oportunidad para promover una dieta más saludable.

Hay una clara necesidad de mejorar el acceso a servicios financieros para mujeres. Es esencial abordar la problemática de los prestamistas "gota a gota" y promover alternativas más seguras y justas. Existe una notable transición en los roles de género, especialmente en la percepción de responsabilidades domésticas y roles laborales. A pesar de la voluntad y capacidad de las mujeres para emprender, la falta de recursos sigue siendo una barrera principal, se necesita una combinación de capacitación, apoyo financiero y políticas inclusivas para empoderar económicamente a las mujeres.

El empoderamiento de género está en marcha, pero aún queda trabajo por hacer, especialmente en lo que respecta a la equidad en las tareas del hogar y el cuidado, existe un fuerte deseo entre las mujeres de emprender y participar en actividades económicas remuneradas. A pesar de la voluntad y la formación, la falta de recursos sigue siendo una barrera significativa. Es esencial desarrollar y fortalecer programas y políticas que brinden el apoyo necesario, ya sea en forma de capital semilla, capacitación o apoyo institucional, para ayudar a estas mujeres a lograr su independencia económica. Se hace necesario establecer vínculos de cooperación y colaboración entre los sectores público y privado para brindar las herramientas y recursos necesarios para superar las barreras que enfrentan estas mujeres.

Los hombres encuestados, en su mayoría, han cursado educación básica, lo que podría influir en sus perspectivas sobre roles de género y empoderamiento, a pesar de que la mayoría de los encuestados

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

se identifica como campesino lo que podría tener un arraigo tradicional frente a los roles de género hay una tendencia clara hacia el rechazo y una fuerte condena hacia la violencia doméstica. Se siente una necesidad reconocida de involucrar a los hombres en tareas domésticas y cuidados, rompiendo con estereotipos tradicionales.

Sería beneficioso implementar programas educativos que refuercen la igualdad de género y promuevan la participación activa de los hombres en el hogar, especialmente considerando la predisposición observada en los encuestados y su participación en los talleres Focus Group, se debe fomentar campañas de sensibilización para continuar reduciendo estereotipos y roles tradicionales de género, promoviendo la igualdad en todos los ámbitos, e igualmente, diseñar estrategias que promuevan la no tolerancia a la violencia doméstica, reforzando la idea en comunidades donde las estructuras patriarcales pueden aún prevalecer.

Las mujeres juegan un papel significativo en la toma de decisiones relacionadas con la producción agrícola y aspectos domésticos. La mayoría participa activamente, ya sea de manera autónoma o conjunta, en decisiones clave, aunque hay mujeres que sienten que tienen autonomía en la toma de decisiones, todavía hay un porcentaje importante que siente que no puede participar activamente, las razones varían desde la falta de interés hasta la percepción de que no deberían participar.

La comercialización de cultivos y la logística de llevar productos al mercado son áreas de alta participación y decisión para las mujeres. Existe una oportunidad para empoderar aún más a las mujeres, particularmente al 6% que siente que no puede tomar decisiones, y al 24% que sustenta falta de conocimiento.

Se deben implementar programas de formación y capacitación para las mujeres en áreas de producción agrícola y gestión del hogar para incrementar su conocimiento y confianza en la toma de decisiones, se deben establecer espacios de diálogo y reflexión dentro de las comunidades para abordar percepciones tradicionales sobre los roles de género en la toma de decisiones y considerar programas de mentoría o apoyo donde las mujeres con más experiencia en la toma de decisiones puedan guiar y asesorar a otras mujeres. Las investigaciones de índole social podrían apoyar significativamente para entender las barreras subyacentes que impiden a algunas mujeres participar en la toma de decisiones y diseñar intervenciones específicas para abordar estos retos.

La producción de hortalizas está concentrada en zonas específicas, principalmente en Pasto. Este patrón geográfico podría estar influenciado por factores climáticos, de suelo, pero principalmente de mercado. Si bien muchos productores tienen experiencia, aún hay un porcentaje que tiene menos de un año, lo que podría indicar una renovación o entrada de nuevos agricultores en el campo.

Entre los desafíos en la producción, las plagas, enfermedades y condiciones climáticas adversas principalmente relacionadas con el cambio climático resaltan como los principales retos. El acceso a semillas de calidad es también un problema recurrente. La necesidad de asistencia técnica y programas de certificación indica una oportunidad significativa para mejorar la producción y calidad de las hortalizas. Aunque hay un porcentaje importante de asociatividad no se están aprovechando las ventajas de las economías de escala.

Se debe ampliar programas de asistencia técnica, las entidades pertinentes como las alcaldías deberían considerar la implementación de más programas de asistencia técnica para los productores,

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

considerando las enfermedades y plagas específicas que enfrentan al igual que establecer nuevas prácticas para enfrentar y/o adaptarse al cambio climático. Se debe promover la asociatividad, estimular la formación y consolidación de asociaciones que puedan mejorar la capacidad de negociación, el acceso a mercados, y la implementación de economías de escala.

Se debe fomentar la diversificación dada la dependencia de ciertas hortalizas. Promover la diversificación puede reducir los riesgos asociados con enfermedades y plagas específicas, hay que potenciar la formación en áreas de valor agregado lo que puede ayudar a los productores a obtener precios más altos y mejorar la estabilidad del ingreso. Considerando que muchos utilizan una combinación de abonos químicos y orgánicos, se podría enfocar en prácticas más sostenibles, reduciendo la dependencia de químicos.

La mayoría de los productores de papa en la región tienen una considerable experiencia en el cultivo, las plagas y enfermedades son desafíos clave en la producción, junto con condiciones climáticas adversas. La asistencia técnica es limitada, aunque algunas entidades gubernamentales y organizaciones ofrecen apoyo. La mayoría de los agricultores no emplea economías de escala, lo que podría ser una oportunidad para reducir costos. La generación de valor agregado es baja y se centra en la selección y clasificación del producto.

Se debe fomentar la formación y capacitación en prácticas agrícolas sostenibles y manejo de plagas y enfermedades, al igual que promover la implementación de economías de escala para reducir costos y mejorar la competitividad. Se hace necesario expandir la asistencia técnica a través de asociaciones y entidades gubernamentales para abordar los desafíos identificados, explorar oportunidades para agregar valor a la producción a través de procesamiento y empaque, fomentar la diversificación de variedades de papa para reducir la vulnerabilidad a enfermedades específicas e investigar en técnicas de almacenamiento para evitar pérdidas en la producción.

Dada la popularidad de la papa Capiro y Pastusa, se podría explorar la posibilidad de diversificar las variedades de papa comercializadas para atender a un mercado más amplio y variado, los productores podrían considerar estrategias de fijación de precios más competitivas y flexibles para abordar los problemas relacionados con los precios bajos y la competencia, para superar los desafíos logísticos y de transporte, se recomienda buscar soluciones eficientes y económicas, como la colaboración entre productores para compartir costos de transporte (economías de escala). Se sugiere que los productores desarrollen planes financieros que les ayuden a administrar mejor sus recursos y gastos.

Capacitación y asistencia técnica: dado que la mayoría de los encuestados no ha recibido asistencia técnica, se deberían buscar oportunidades para capacitar a los productores en técnicas de cultivo, comercialización y gestión, así como, explorar oportunidades de colaboración y asociación con otros productores podría permitir una comercialización conjunta más eficaz y una mayor capacidad de negociación en el mercado.

Para optimizar la eficacia de las encuestas dirigidas a poblaciones con limitaciones de tiempo y escolaridad, es imperativo adoptar un enfoque metodológico más ágil, la concisión y claridad en la formulación de las preguntas es fundamental; esto implica una redacción precisa y directa que evite ambigüedades y complejidades para el encuestado. Además, la integración de elementos visuales en el diseño de la encuesta potencia la comprensión y la participación, particularmente en segmentos de la población con barreras en el acceso a la educación.

## ELLA ALIMENTA AL MUNDO

Otra estrategia importante es ofrecer flexibilidad en los métodos de administración de la encuesta, incluyendo opciones de respuesta oral, escrita o digital. Esto permite adaptarse a diferentes capacidades y situaciones de los encuestados, fomentando una participación más amplia y diversa.

Adicionalmente, considerar la segregación por género en la administración de las encuestas puede ser beneficioso. Separar a hombres y mujeres durante el proceso de encuesta puede reducir el sesgo en las respuestas, especialmente en contextos donde la presencia de un género pueda influir en la libertad de expresión del otro.

Finalmente, es vital mantener el tiempo de respuesta lo más breve posible para asegurar el compromiso y reducir la fatiga de los encuestados. Implementar estas estrategias no solo facilitará la recopilación de datos, sino que también mejorará la calidad y representatividad de los resultados obtenidos.