

RENDICIÓN DE CUENTAS A POBLACIONES AFECTADAS

MSNA

2022 COLOMBIA
Población desplazada
interna

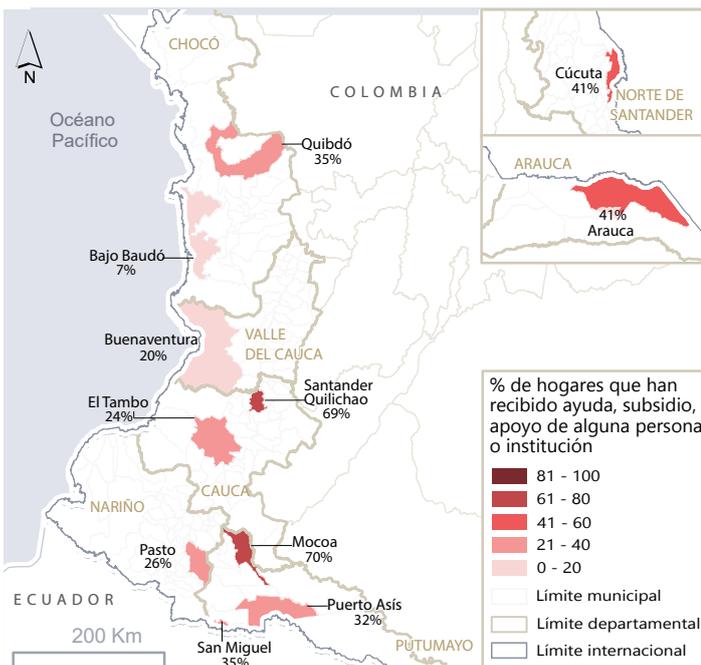
ANTECEDENTES Y METODOLOGÍA

Con el fin de apoyar al Task Force de Comunicación con Comunidades y Rendición de Cuentas a las poblaciones afectadas (CWC/AAP) para la Evaluación Multisectorial de Necesidades 2022 (MSNA) facilitada por REACH, en coordinación con la Oficina de las Naciones Unidas de Coordinación de Asuntos Humanitarios (OCHA), el Equipo Humanitario País (EHP) y el Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM), se realiza este informe con los principales resultados para la Población de Desplazada Interna (PDI) sobre rendición de cuentas a poblaciones afectadas, identificados a través del componente cuantitativo, triangulados con los resultados del análisis cualitativo de la información recolectada en el marco de esta evaluación en el Chocó. Teniendo en cuenta lo anterior, algunas de las secciones que se presentan a continuación contienen resultados cuantitativos junto con la información cualitativa complementaria.

La recolección de datos de la MSNA se implementó entre el 16 de mayo y el 27 de agosto de 2022. Fueron aplicadas 778 encuestas cara a cara a hogares de población desplazada interna en los municipios priorizados por OCHA/EHP. Adicionalmente, en septiembre 2022 se realizaron tres Grupos Focales de Discusión (GFD) con población desplazada interna en el municipio de Quibdó del departamento del Chocó, seleccionado para profundizar en las necesidades y la percepción de la atención desde la perspectiva de las comunidades afectadas. Los resultados aquí presentados deben interpretarse teniendo en cuenta estas muestras, los porcentajes que se presentan se calcularon usando los pesos de los hogares y las limitaciones de la estrategia de muestreo de bola de nieve de los GFD realizada con beneficiarios de las organizaciones que apoyaron. Para más información sobre la metodología, el muestreo y las limitaciones de la MSNA consulte la hoja informativa [aquí](#).

RECEPCIÓN DE AYUDA HUMANITARIA

% de hogares que recibieron ayuda humanitaria en los 30 días previos a la recolección de datos, por municipio:



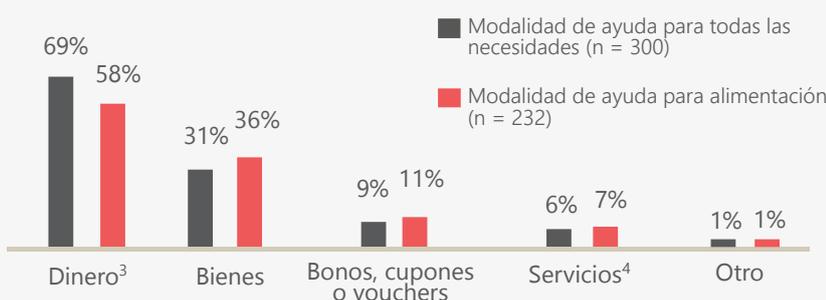
32%

de los 778 hogares de PDI reportaron haber recibido ayuda, subsidio o apoyo de alguna persona o institución en los 30 días previos a la recolección de datos.

Las tres principales necesidades reportadas como atendidas en los 30 días previos a la recolección fueron (n = 308)¹:

-  **80%** Asistencia alimentación
-  **12%** Apoyo para el alojamiento/vivienda (arriendo, servicios)
-  **11%** Educación para niños, niñas o adolescentes

Modalidades bajo las cuales se reportó haber recibido ayuda en los 30 días previos a la recolección² y modalidades con las que se atendió la principal necesidad reportada por los hogares, Alimentación²:



De los hogares que reportaron recibir ayuda para las necesidades que tenían en diferentes sectores, se presenta en el gráfico gris oscuro las distintas modalidades bajo las cuales fueron estas ayudas. En el gráfico rojo, se presentan las diferentes modalidades de ayuda con las cuales se atendió la principal necesidad reportada por los hogares que fue en alimentación.

¹ Correspondiente al 32% del total de los hogares encuestados.

² Esta pregunta era de opción múltiple, por tanto la suma no da necesariamente 100%.

³ Opción compuesta por las diferentes formas de dinero: en efectivo, en transferencia bancaria, por telefonía móvil o tarjetas precargadas.

⁴ Servicios de: salud, educación, legal, etc.

LA VOZ DE LAS COMUNIDADES

El componente cualitativo de la MSNA 2022 se realizó con el propósito de escuchar a las comunidades y brindar información que permitiera triangular y complementar los resultados del análisis cuantitativo ([análisis preliminar](#), [Índice de Necesidades Multisectoriales](#)), a través de preguntas en temas de condiciones humanitarias, estándares de vida, estrategias de afrontamiento, percepción de prioridades, así como las prácticas en la implementación de programas humanitarios. Estos temas fueron abarcados bajo un enfoque sectorial, por lo que se hicieron preguntas de los siete sectores incluidos en la evaluación: Agua, Saneamiento e Higiene, Medios de Vida, Alojamiento, Seguridad Alimentaria, Salud y Educación.

Por temas de seguridad, para la Población Desplazada Interna, los socios en el terreno movilizaron a los participantes desde el área rural de Puerto Echeverry y Caturu hasta el área urbana de Quibdó en el departamento de Chocó. Se realizaron tres Grupos Focales de Discusión (GFD), el primero con la participación exclusiva de mujeres,

el segundo con la participación exclusiva de hombres y el tercero con participación mixta. La convocatoria fue realizada por parte de los socios en terreno (OCHA, ACNUR⁵ y NRC⁶) y los GFD fueron implementados por REACH a través de una guía semiestructurada. Dado que al inicio de la actividad se realizaba una selección por parte de los participantes de los sectores en los que percibían mayores necesidades, los temas tratados de grupo a grupo podían variar o no cubrirse.

Para la depuración de datos se realizó un análisis del contenido de las transcripciones de cada GFD, donde se crearon códigos de acuerdo a las principales tendencias identificadas en cada clúster, para después, a través del programa informático Atlas.ti, generar tablas de saturación que permitieran condensar la información de manera clara y ordenada, la cuales pueden ser consultadas [aquí](#).

A continuación, se presentan los resultados más relevantes.

NECESIDADES Y MODALIDADES

Hallazgos Cuantitativos

% de hogares según las necesidades prioritarias más reportadas (n = 778)

Esta pregunta era de opción múltiple, por tanto la suma no da necesariamente 100%.

 **69%** Asistencia para alimentación

 **64%** Empleo (generación de recursos)

 **41%** Apoyo para el alojamiento/vivienda (arriendo, servicios)

 **35%** Educación para niños, niñas o adolescentes

% de hogares por modalidad reportada como preferida para cada una de las principales necesidades (n = 778)

			
Dinero (en efectivo, en transferencia bancaria, por telefonía móvil o tarjetas precargadas)	71%	68%	64%
Bienes	13%	27%	9%
Bonos, cupones o vouchers	2%	15%	4%
Servicios (salud, educación, legal, etc)	0%	1%	23%
No sabe / prefiere no responder	0%	1%	0%

Dado que la empleabilidad no se puede atender directamente, sino a través de actividades o entregas de bienes o efectivo que faciliten la búsqueda y obtención de empleo, sin garantizar el éxito de estas, se presentan en su lugar los resultados para la educación de niños, niñas o adolescentes, que tiene una respuesta directa.

Hallazgos Cualitativos

Necesidades prioritarias más reportadas en los GFD

MUJERES	HOMBRES	MIXTO
Seguridad Alimentaria	Seguridad Alimentaria	Alojamiento
Protección	Protección	Seguridad Alimentaria
Agua, Saneamiento e Higiene	Medios de Vida	Salud

En los GFD realizados las necesidades más recurrentes que fueron expresadas, seguridad alimentaria y protección, estuvieron altamente interrelacionadas entre ellas y con medios de vida. Lo mencionado por los participantes frente a estos temas frecuentemente eran problemáticas como consecuencia de la presencia de grupos armados ilegales.

 **3 de los 3 grupos manifestaron:** Dificultades de acceso físico y/o económico a suficientes alimentos, adecuados y nutritivos.

 **3 de los 3 grupos manifestaron:** Riesgos de protección por presencia de grupos armados.

 **3 de los 3 grupos manifestaron:** Actividades de caza y pesca estuvieron limitadas por los grupos armados.

 «El plátano casi no se trabaja porque han pasado los grupos por ahí, han minado y nos da miedo. No se pueden criar animales porque todo tiene que ser comprado, y antes se ponía a un cerdo a criarse en el monte, pero ahora si pasa un grupo armado se lo lleva. Hay comida, pero no hay cómo comprarla, porque los precios están muy elevados» GFD Hombres

 «los grupos armados presentes en el territorio limitan mucho las actividades de caza y pesca» GFD Mujeres

Modalidad reportada como preferida para atender las necesidades

En el GFD de hombres fue en el único espacio donde se alcanzó a abordar el tema de preferencias de modalidad de asistencia humanitaria.

1 de los 3 grupos manifestó: Interés marcado por apoyo en alojamiento (materiales y terreno).

 «yo no comparto que las organizaciones nos lleven por ejemplo arroz, frijol; mejor, que nos lleven los subsidios o el material para fortalecer el agro, el campo. Porque lo que nos llevan nos lo acabamos en 15 días; en cambio, si nos ponemos a trabajar en eso, vamos a tener para el futuro» GFD Hombres

⁵ Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR).

⁶ Consejo Noruego para los Refugiados (NRC).

SATISFACCIÓN CON LA ASISTENCIA

54%

de los hogares reportaron estar satisfechos con la asistencia recibida (n = 308)

[entre los hogares que reportaron haber recibido algún tipo de asistencia en los 30 días previos a la recolección de datos]

Tres principales razones reportadas por los hogares por las cuales **no estaban satisfechos** con la asistencia humanitaria recibida²:

[Entre los hogares que recibieron asistencia en los 30 días previos a la recolección y manifestaron estar insatisfechos]

- | | |
|---|------------|
| 1. La cantidad entregada fue insuficiente | 98% |
| 2. La ayuda no respondió a las necesidades reales | 22% |
| 3. La calidad no era lo suficientemente buena | 7% |

Satisfacción en GFD

Desde el punto de vista de la población desplazada interna, la respuesta humanitaria había sido muy importante para sus comunidades. Varios participantes tenían presente los nombres, visibilidad, logos y ayudas que habían recibido, así como los proyectos que habían implementado las ONGs internacionales y locales en sus comunidades.



«...todo lo poco que han logrado, lo han conseguido gracias a lo que apoyan las ONG, porque el gobierno no escucha y es corrupto» GFD Mixto

RETROALIMENTACIÓN A PROVEEDORES DE AYUDA HUMANITARIA

57%

de los hogares reportaron que no se sintieron informados sobre derechos, servicios y asistencia humanitaria (n = 778)

El **60%** de los hogares reportaron preferir entregar la retroalimentación a los proveedores de ayuda humanitaria directamente con el trabajo humanitario.

Tres principales tipos de información que los hogares reportan preferir recibir por parte de las agencias u organizaciones humanitarias²:

- | | |
|---|------------|
| 1. Dónde acceder a servicios de ayuda humanitaria | 55% |
| 2. Noticias sobre lo que está pasando en Colombia | 44% |
| 3. Cómo encontrar trabajo | 42% |

Principales medios de comunicación reportados como preferidos por los hogares para recibir información:



44% Televisión



39% Whatsapp



29% Mensajes de texto



23% Redes Sociales

Retroalimentación en GFD



3 de los 3 grupos manifestaron: Importancia de una evaluación de necesidades y riesgos para identificar prioridades del hogar.

«Muchas veces llevan proyectos que son buenos, pero que no nos benefician. Tienen que escuchar a las comunidades y escuchar cuáles son sus necesidades. Ver la verdad de los problemas que los afectan. También hace falta mejorar la pedagogía de los proyectos, se hacen los proyectos, pero no se explican, la finalidad no es clara, y las personas no saben qué hacer, no saben qué esperar, las etapas. Solo llegan y dejan todo tirado» GFD Hombres

EVALUACIÓN REALIZADA EN COORDINACIÓN CON:



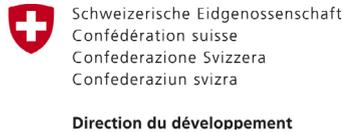
FINANCIADA POR:



Humanitarian Aid
and Civil Protection



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



CON EL APOYO EN TERRENO DE:



Acerca de REACH: La Iniciativa REACH facilita el desarrollo de herramientas y productos de información que mejoran la capacidad de los actores de la ayuda para tomar decisiones basadas en pruebas en contextos de emergencia, recuperación y desarrollo. Las metodologías utilizadas por REACH incluyen la recopilación de datos primarios y el análisis en profundidad, y todas las actividades se llevan a cabo a través de mecanismos de coordinación de la ayuda interinstitucional. REACH es una iniciativa conjunta de IMPACT Initiatives, ACTED y el Instituto de las Naciones Unidas para la Formación y la Investigación - Programa Operacional para las Aplicaciones Satelitales (UNITAR-UNOSAT).