

Informe intermedio de evaluación proyecto “Asociatividad Autogestionada y Sostenible en la ruralidad de Rionegro Santander”

Contenido

Introducción	7
Información general del proyecto	7
Aproximación metodológica.....	8
Población objetivo	9
Resultados de la evaluación intermedia.....	9
Caracterización general línea de base intermedia.....	9
Distribución participante continuos y nuevos.....	10
Producción e ingresos – línea inicial e intermedia.....	11
Ingresos reportados por los participantes	11
Ingresos agropecuarios	12
Línea agrícola: cacao	13
Otras líneas pecuarias	18
Miel	19
Línea avícola: gallinas ponedoras	19
Línea avícola: pollos	20
Destinos de producción	20
Destino de producción: cacao.....	21
Destino de producción: cítricos.....	22
Autoproducción	23
Caracterización agroecológica	24
Asociatividad	25
Grupos Autogestionados de Ahorro y Crédito	26
Digitalización	26
Equidad de género.....	29
Violencia basada en género	31
Economía del cuidado	33
Toma de decisiones	35
Discapacidad.....	38
Caracterización nuevos participantes.....	40

Caracterización básica	40
Género.....	40
Edad.....	40
Alfabetización.....	41
Afiliación a salud y pensión	41
Programas sociales.....	42
Víctimas de conflicto.....	42
Actividad principal.....	42
Hogares.....	43
Vivienda y acceso a servicios.....	44
Vivienda.....	44
Acceso a servicios.....	46
Crédito y ahorro.....	46
Producción e ingresos.....	47
Ingresos que reportan los participantes.....	47
Ingresos agropecuarios de los participantes.....	47
Línea agrícola cacao	48
Línea agrícola cítricos.....	50
Autoproducción	51
Alimentación	52
Asociatividad	54
Participación comunitaria.....	55
Equidad de género y Violencia basada en género	55
Economía del cuidado.....	59
Digitalización	61
Discapacidad.....	63
Estado de los indicadores del marco lógico tras la recolección intermedia.....	71
Referencias	76

Tablas

Tabla 1. Resumen Ingresos generales y agropecuarios, entre línea base inicial e intermedia.....	13
Tabla 2. Producción e ingresos de cacao en línea base inicial e intermedia.....	13
Tabla 3. Comparación línea base e intermedia de la línea productiva de cacao.....	14
Tabla 4. Producción e ingresos de cítricos en línea base inicial e intermedia.....	16
Tabla 5. Comparación línea base e intermedia de la línea productiva de cítricos.....	17
Tabla 6. Producción e ingresos de miel en línea base inicial e intermedia	19
Tabla 7. Producción e ingresos de gallinas ponedoras en línea base inicial e intermedia.....	19
Tabla 8. Producción e ingresos de pollos en línea base inicial e intermedia.....	20

Tabla 9. Comparación de los puntajes de los principios de caracterización de los participantes.	25
Tabla 10. Toma de decisiones en el hogar de los hombres en línea base inicial e intermedia	37
Tabla 11. Categorías gastos mensuales	44
Tabla 12. Datos de la producción e ingresos del cacao de los nuevos participantes	48
Tabla 13 Datos de la producción e ingresos de cítricos de los nuevos participantes	50
Tabla 14. Información sobre el estado de asociatividad de los nuevos participantes	54
Tabla 15. Información sobre el estado de participación comunitaria de los nuevos participantes	55
Tabla 16. Estado de los Indicadores	71

Gráficas

Gráfica 1. Pirámide poblacional participantes línea intermedia	10
Gráfica 2. Distribución línea intermedia participantes nuevos vs continuos	11
Gráfica 3. Comparación línea base e intermedia de ingresos generales reportados	11
Gráfica 4. Comparación línea base e intermedia de ingresos agropecuarios reportados	12
Gráfica 5. Comparación línea base e intermedia de la producción de cacao	15
Gráfica 6. Comparación línea base e intermedia de ingresos netos provenientes de la producción de cacao	16
Gráfica 7. Comparación línea base e intermedia de la producción de cítricos	17
Gráfica 8. Comparación línea base e intermedia de ingresos netos provenientes de la producción de cítricos	18
Gráfica 9. Destinos de producción general	21
Gráfica 10. Destinos de la producción de cacao	22
Gráfica 11. Destinos de la producción de cítricos	22
Gráfica 12. Meses en los que se produjeron alimentos para la autoproducción	23
Gráfica 13. Porcentaje de los alimentos que consumen provienen de autoproducción	24
Gráfica 14. Caracterización Agroecológica participantes continuos	24
Gráfica 15. Porcentaje de participantes familiarizados con herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia del trabajo por edades	27
Gráfica 16. Porcentaje de uso de herramientas digitales para fortalecer la actividad productiva por edades	27
Gráfica 17. Porcentaje de uso de plataformas en línea para la comunicación con más personas por edades	28
Gráfica 18. Porcentaje de participantes que les gustaría recibir capacitación de herramientas digitales según edad	28
Gráfica 19. Familiaridad con el término equidad de género. Inicial - Intermedia	29
Gráfica 20. Importancia de la equidad de género en la comunidad	30
Gráfica 21. Participación en actividades, talleres, espacios relacionados con la equidad de género	30
Gráfica 22. Participantes que han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en tu entorno	31
Gráfica 23. Participantes familiarizados con los servicios disponibles para apoyar a víctimas de VBG	32
Gráfica 24. Conocimiento sobre a dónde acudir ante casos de violencias basadas en género	32
Gráfica 25. Familiaridad con las rutas de atención en VbG	33
Gráfica 26. Comparación de las responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres en línea inicial	33

Gráfica 27.Comparación de las responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres en línea intermedia	34
Gráfica 28.Comparación del promedio de horas semanales dedicadas a actividades del hogar entre hombres y mujeres.....	35
Gráfica 29.Familiaridad con programas y servicios disponibles para población mayor o en condición de discapacidad.....	39
Gráfica 30. Conocimiento sobre dónde acudir en caso de requerir asistencia o atención.....	39
Gráfica 31.Porcentaje de participantes según género	40
Gráfica 32. Distribución por grupos etarios y género.....	40
Gráfica 33.Máximo nivel educativo alcanzado - Nuevos participantes	41
Gráfica 34.Participantes nuevos que cotizan a salud.....	42
Gráfica 35. Rol/cargo desempeñado en el trabajo.....	43
Gráfica 36. Número de personas que conforman el hogar.....	43
Gráfica 37. Residencia en el predio que hace parte del proyecto.....	44
Gráfica 38. Forma de tenencia y propiedad de la vivienda	45
Gráfica 39. Cuentan con energía eléctrica, eólica o solar	46
Gráfica 40. Participantes con cuenta corriente, de ahorro, crédito o algún producto financiero	46
Gráfica 41. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos generales.....	47
Gráfica 42. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos agropecuarios.....	48
Gráfica 43. Distribución de los nuevos participantes según rangos de producción de cacao.....	49
Gráfica 44. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos netos por producción de cacao.....	49
Gráfica 45. Distribución de los nuevos participantes según rangos de producción de cítricos.....	50
Gráfica 46. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos netos por producción de cítricos.....	51
Gráfica 47. Porcentaje de participantes nuevos que producen alimentos para la autoproducción y Porcentaje de participantes nuevos que consumen alimentos que provienen de autoproducción	51
Gráfica 48. Porcentaje de participantes nuevos que produjeron alimentos para la autoproducción según meses de producción y Diversidad de la autoproducción.....	52
Gráfica 49. Porcentaje de participantes que al menos un miembro del hogar no consumió ninguna de las 3 comidas diarias la semana anterior.....	52
Gráfica 50. Porcentaje de participantes que consumen con cierta frecuencia estos alimentos al mes.....	53
Gráfica 51. Porcentaje de participantes que algún miembro de su hogar ha sido beneficiado por programas de ayuda alimentaria.....	53
Gráfica 52. Qué tan activa(o) es en la organización.....	54
Gráfica 53. Qué tan importante consideran los participantes nuevos la equidad de género en su comunidad.....	56
Gráfica 54. Que tan familiarizados están los participantes nuevos con el término "equidad de género" y su significado.....	56
Gráfica 55. Participación de los participantes nuevos en programas, talleres o actividades relacionadas con la equidad de género en el último año.....	57
Gráfica 56. Regularidad con la que los participantes nuevos toman medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.....	57
Gráfica 57. Participantes nuevos que están familiarizados con los servicios disponibles para apoyar a las víctimas de Violencia Basada en Género (VBG).....	58

Gráfica 58. Participantes nuevos que han oído hablar de programas gubernamentales o comunitarios que aborden la Violencia Basada en Género.....	58
Gráfica 59. Participantes nuevos saben a dónde pueden acudir las víctimas de VBG para obtener asesoramiento y apoyo.....	59
Gráfica 60. Participantes nuevos que están al tanto de las vías formales o rutas de atención que las víctimas de VBG pueden seguir para denunciar casos y obtener ayuda.....	59
Gráfica 61. Comparación de la Responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres	60
Gráfica 62. Comparación del promedio de horas semanales dedicadas a actividades del hogar entre hombres y mujeres.....	60
Gráfica 63. Porcentaje de participantes nuevos familiarizados con herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia del trabajo por edades	62
Gráfica 64. Porcentaje de participantes nuevos que usan de herramientas digitales para fortalecer la actividad productiva por edades.....	62
Gráfica 65. Interés en recibir más capacitaciones o información sobre cómo utilizar herramientas digitales.....	63
Gráfica 66. Porcentaje de participantes nuevos que les interesa recibir capacitación de herramientas digitales según edad	63
Gráfica 67. Información sobre el estado de discapacidad de los nuevos participantes.....	64

Informe intermedio de evaluación proyecto “Asociatividad Autogestionada y Sostenible en la ruralidad de Rionegro Santander”

La Fundación Alpina es el laboratorio para la inclusión y la sostenibilidad rural sostenible en Colombia. Como laboratorio social identifican y afrontan retos en el desarrollo rural en Colombia con la participación de diferentes actores: comunidades, sector público, academia, empresas, organismos internacionales, entre otros. Todo este modelo permite que la toma de decisiones se realice con base en evidencias y a partir de éstas, replicar esquemas, motivar la participación de diversos actores, incidir en políticas públicas para llegar a más personas, y más territorios.

La teoría del cambio de la Fundación es la ruta de trabajo que ayuda a determinar cómo lograr impactos reales en la población rural y definir el aporte para crear sistemas agroalimentarios sostenibles. La Fundación desarrolla procesos sostenibles de inclusión social y económica, a través del fortalecimiento de capacidades en cuatros áreas principales:

- Producción sostenible
- Asociatividad productiva
- Prácticas alimentarias saludables
- Empoderamiento femenino

Con esto se logran resultados concretos como cambios en la productividad y los ingresos, la creación y el fortalecimiento de organizaciones productivas, el acceso y construcción de circuitos cortos de comercialización, autoproducción y abastecimiento de alimentos, consumo de alimentos saludables, transición agroecológica, mayor participación y liderazgo femenino, que contribuyen a la transformación de las condiciones de vida de los productores rurales y sus familias, en el marco de los sistemas agroalimentarios en los que desarrollan sus actividades.

Para esto se implementa la combinación de cuatro enfoques que son la agroecología, el territorial, el diferencial y un enfoque participativo que asegura un adecuado diseño de los proyectos centrados en las personas. Esto se logra con un trabajo importante para la apuesta productiva, la apuesta de conocimiento y la apuesta de país que busca incidir en la formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas.

Informe intermedio de evaluación proyecto “Asociatividad Autogestionada y Sostenible en la ruralidad de Rionegro Santander”

Introducción

Este proyecto es el resultado de un convenio la Fundación BIOS, la Fundación Bolívar Davivienda, la Fundación Saldarriaga Concha y la Fundación Alpina con el propósito fortalecer los sistemas agroalimentarios locales a través de procesos de inclusión económica, social y técnica, que consoliden seis modelos asociativos pertinentes desde lo organizacional y empresarial, estableciendo procesos de autogestión en procura de la sostenibilidad de estos, en aspectos técnicos, comerciales, sociales, comunitarios y ambientales. Este es un proyecto cuya duración es de 18 meses, iniciando en agosto de 2023 y finalizando en enero de 2025.

A continuación, se presentan los resultados de la evaluación intermedia del proyecto. Esta consta de dos apartados: por una parte, de la validación y comparación de los cambios generados a través de la intervención entre la población beneficiaria participante del levantamiento de la línea de base inicial y quienes continuaron en el proceso, y fueron objeto de la evaluación intermedia. Por la otra, se da cuenta de la caracterización de la población nueva que ingresó al proyecto debido a una transición de participantes, quienes serán objeto de análisis en la línea de base intermedia y final. Lo anterior, con el fin de mantener consistencia y precisión en los datos y contar con un universo que permita analizar resultados comparables.

Información general del proyecto

El proyecto trabaja con seis organizaciones de productores y productoras con quienes se busca fortalecer su actividad productiva. Estas organizaciones están localizadas en diferentes veredas de Rionegro, Santander. Su objetivo general es fortalecer los sistemas agroalimentarios locales, y sus objetivos específicos se describen a continuación:

Ilustración 1. Objetivos del proyecto

OE1. Fortalecer los seis esquemas asociativos a través de la consolidación e identificación de modelos de negocios, que faciliten el acceso a mercados locales, regionales, especializados y/o diferenciados, mediante el desarrollo de capacidades y competencias en lo organizacional, empresarial y comercial.

OE2. Mejorar la productividad y competitividad de las unidades productivas, que garantice una oferta de calidad de sus productos para los modelos de negocios de las seis asociaciones.

OE3. Acceder a herramientas digitales con el propósito de promover la participación e interacción tecnológica que les permita establecer conexiones que faciliten la toma de decisiones.

OE4. Promover acciones encaminadas a transversalizar el enfoque de género en el contexto familiar y comunitario.

OE5. Fortalecer la gestión de conocimiento como mecanismo de diagnóstico, planeación, aprendizaje e implementación, privilegiando la caracterización, inicial, final e intermedia de la población, sus predios y asociaciones, en términos sociales, comunitarios, técnicos, productivos, administrativos, comerciales, empresariales, ambientales (agroecológicos), para identificar su evolución.

Fuente: Proyecto Fundación Alpina, 2023.

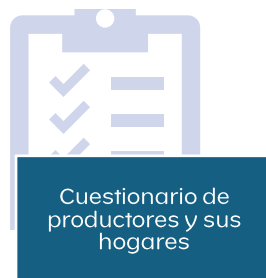
Aproximación metodológica

El proyecto contempla un fortalecimiento de la gestión de conocimiento y esto lo hace a partir del monitoreo, evaluación y sistematización de experiencias y seguimiento a cambios en la población objetivo y a nivel de gestión de proyecto para la toma de decisiones en la forma de llevar a cabo su implementación. En 2023, se llevó a cabo el levantamiento de la línea de base, la cual permitió reconocer las condiciones iniciales del proyecto y las comunidades beneficiarias, así como validar las metas a lograr en el marco de la implementación del proyecto. Entre junio y agosto de 2024 se realizó el levantamiento de línea de base intermedia, con el fin de valorar los cambios observados entre la información recolectada al inicio y el momento actual, evidenciando cambios particulares en la población beneficiaria y en relación con los cambios establecidos en el marco lógico del proyecto.

La línea de base permite comparar y evaluar los cambios logrados, asegurando la efectividad y el progreso del proyecto. Esta herramienta facilita la toma de decisiones, la rendición de cuentas, la comunicación efectiva, la detección de desafíos y aumenta la posibilidad de darle sostenibilidad a los resultados alcanzados. Es fundamental comparar los resultados esperados con los resultados logrados en distintos momentos del tiempo, incluyendo una validación final.

En la evaluación intermedia se utilizaron los mismos instrumentos de la línea de base inicial con el fin de garantizar la compatibilidad y comparación de los resultados en ambos momentos. No obstante, el instrumento aplicado en la línea inicial fue revisado para limitar sesgos y hacer más fácil el proceso de recolección, procesamiento y análisis de la información, garantizando que esta generara la mayor cantidad de insumos posibles para hacer una doble verificación de la información de los dos momentos de medición. El análisis de información contó con la participación del equipo territorial, el cual brindó perspectivas y anotaciones claves que dan respuesta a ciertos niveles de análisis o cambios identificados. Este proceso contó con un instrumento, mencionado a continuación:

Ilustración 2. Instrumentos de recolección de información de la línea de base



Fuente: Elaboración propia.

Este instrumento permite dar una mirada completa a la situación inicial de la comunidad, y permite obtener la información diferenciada para determinar la ocurrencia o no de cambios a partir de las acciones implementadas por el proyecto.

Población objetivo

Son considerados como población objetivo los(as) participantes del proyecto. Por una parte, se tuvo en cuenta una muestra de 188 participantes quienes participaron en ambos momentos de la recolección de información: recolección inicial y recolección intermedia. Por la otra, 41 participantes nuevos que fueron vinculados al proyecto en el transcurso de este. Para el análisis, los primeros, contarán con un análisis comparativo del momento inicial e intermedio, mientras que, los segundos, fueron objeto de una caracterización inicial y su comparativo se generará con el levantamiento de línea de salida (final). Todos brindando insumos para determinar los cambios en esta población objetivo a lo largo de la implementación¹.

Resultados de la evaluación intermedia

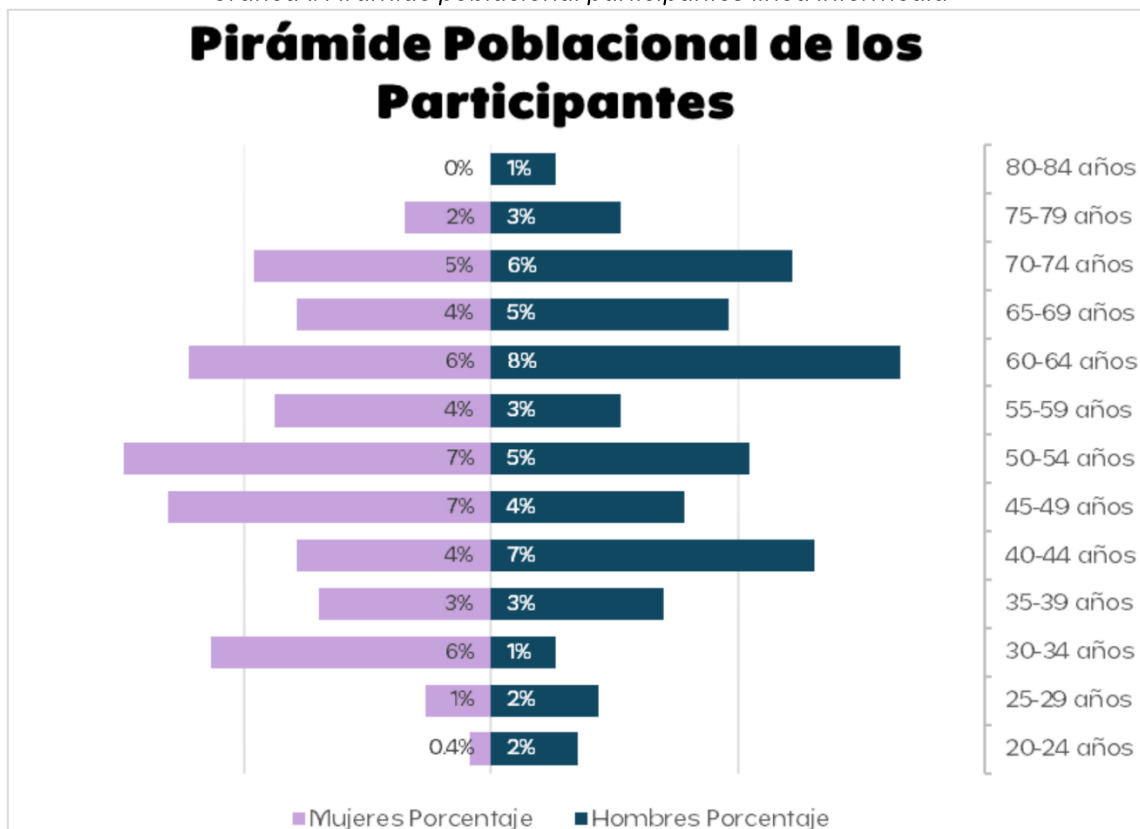
A continuación, se presentan los resultados de la línea intermedia, en la que se tienen en cuenta los cambios observados entre la línea inicial y la actual, con base en la población beneficiaria que participó en dichos momentos:

Caracterización general línea de base intermedia

La población participante está conformada por 229 personas, con una ligera mayoría de hombres (115 que corresponden al 50.2%) sobre mujeres (114 que corresponden al 49.7%), y quienes se encuentran distribuidas en 219 hogares. La edad promedio de los participantes y sus familias es de 53 años, no obstante, hay 99 participantes (43%) que tienen 58 años o más.

¹De los 232 participantes en la recolección intermedia, 229 se procesaron datos, los 3 restantes quedaron subidos en la base, pero no se procesó información debido a problemas en la recolección y la subida de datos cuando el procesamiento estaba avanzado. De los 229, el 82% están en la recolección inicial e intermedia, y 18% están en la recolección intermedia.

Gráfica 1. Pirámide poblacional participantes línea intermedia



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Los 229 participantes se encuentran repartidos de la siguiente manera por asociación:

Tabla 1: número de participantes por asociación y línea productiva

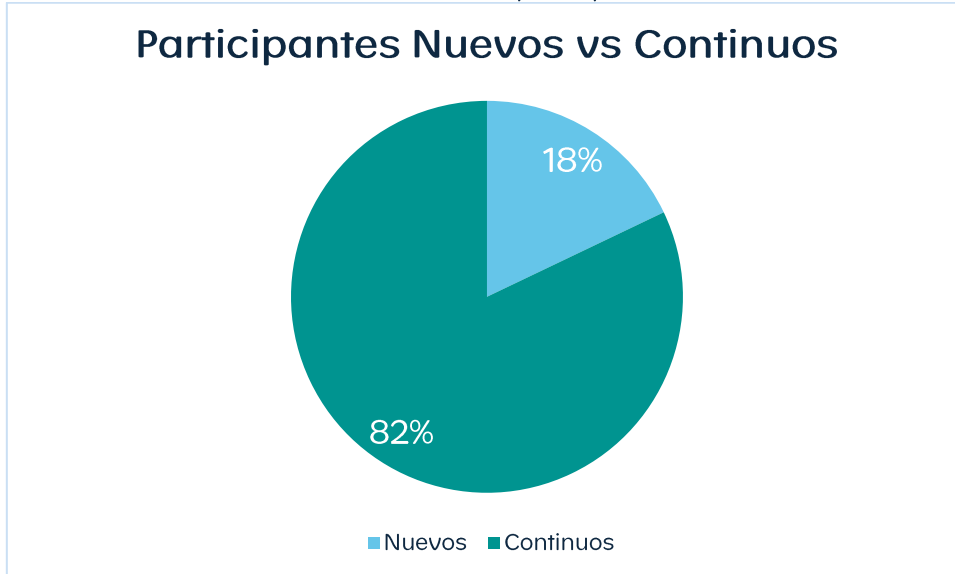
	Agrovive	Llano de palma	Apirio	Rios de chocolate	Zurron's	Aroma de paz	total
Número de asociados	48	16	17	104	16	28	229
Línea productiva	Cacao	pollo	miel	cacao	cacao	cacao	

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Distribución participante continuos y nuevos

De los 229 participantes registrados en el proyecto para la línea intermedia, el 82% (188 participantes) formaban parte del proyecto desde la línea base inicial, mientras que el 18% (41 participantes) corresponden a nuevos participantes. Por lo tanto, el análisis de los cambios entre la línea inicial e intermedia se basará en los 188 participantes continuos del proyecto.

Gráfica 2. Distribución línea intermedia participantes nuevos vs continuos



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

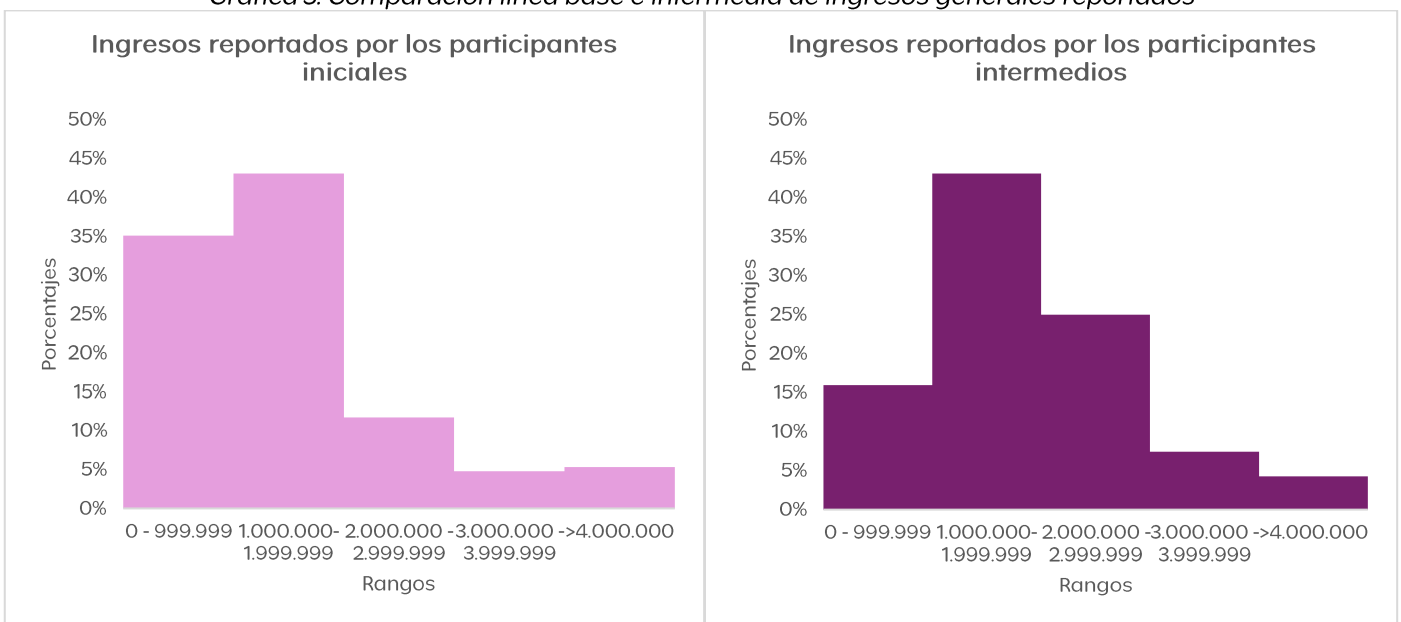
Producción e ingresos – línea inicial e intermedia

Ingresos reportados por los participantes

Al comparar los 188 participantes que reportan ingresos al inicio y durante la recolección intermedia, se evidenciaron los siguientes cambios: hubo un aumento en los **ingresos promedio mensuales reportados por los participantes**, que pasaron de \$1.345.000 a \$1.711.000, lo que representa un **incremento del 27%**.

En la línea de base inicial, el 78% de los participantes reportaba ingresos menores a \$2.000.000, mientras que, en la recolección intermedia, un 68% reportó ingresos entre \$1.000.000 y \$3.000.000, evidenciando un cambio en la distribución del ingreso. No se registraron cambios significativos en las personas que reportan ingresos superiores a \$3.000.000.

Gráfica 3. Comparación línea base e intermedia de ingresos generales reportados



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Al analizar los ingresos por género, al inicio del proyecto, el promedio de ingresos de las mujeres era de \$1.046.000, mientras que el de los hombres era de \$1.614.000. En la recolección intermedia, el ingreso de las mujeres ascendió a \$1.319.000 y el de los hombres a \$2.031.000, lo que implica un aumento del 26% para ambos géneros. A lo largo de ambos períodos, el ingreso que reportan las mujeres fue el 65% del ingreso que reportan los hombres, aspecto que refleja una brecha de ingresos entre géneros.

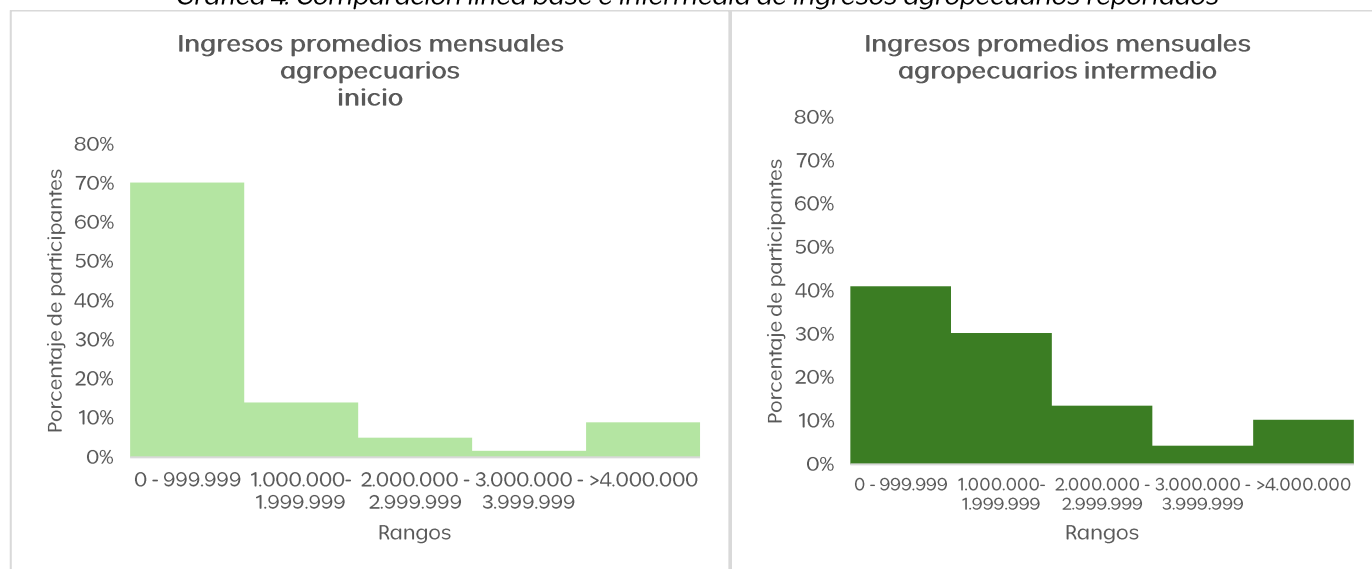
Ingresos agropecuarios

Por su parte, se observa un notable cambio en los ingresos promedio mensuales agropecuarios reportados por los participantes, que pasaron de \$1.053.000 a \$1.733.000, lo que representa un **incremento del 65%**. Los aumentos en los ingresos del cultivo de cacao y limón están relacionados con estos incrementos, como se describirá más adelante en cada línea productiva.

Al inicio, el 70% de los participantes reportaba ingresos menores a \$1.000.000, mientras que ahora el 40% se encuentra en esa categoría. Además, un 30% reporta ingresos entre \$1.000.000 y \$2.000.000, en comparación con un 14% al inicio. Nuevamente, no se observan cambios significativos en el porcentaje de participantes que reportan más de \$3.000.000.

Llama la atención que la distribución del ingreso sigue concentrándose en rangos inferiores a \$2.000.000 y comienza a decrecer a medida que aumentan los ingresos, aunque se observa un ligero incremento en los ingresos superiores a \$4.000.000. Los participantes con mayores niveles de producción de cacao y limón (más de 4 hectáreas), y miel y galpones de gallinas ponedoras están asociados con estos altos ingresos.

Gráfica 4. Comparación línea base e intermedia de ingresos agropecuarios reportados



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Nuevamente, al desagregar los ingresos por género, el ingreso agropecuario de las mujeres participantes al inicio del proyecto era, en promedio, de \$847.000, mientras que el de los hombres era de \$1.233.000. En la recolección intermedia, el ingreso de las mujeres asciende a \$1.287.000, mientras que el de los hombres es de \$2.120.000. En el caso de las mujeres, el ingreso aumentó un 52%, y en el de los hombres, un 72%. Al inicio, el ingreso de las mujeres representaba el 69% del ingreso de los hombres, mientras que en la recolección intermedia es del 60%; por lo tanto, la brecha en ingresos agropecuarios entre géneros ha aumentado.

Tabla 2. Resumen Ingresos generales y agropecuarios, entre línea base inicial e intermedia.

Tabla resumen ingresos	Inicial	Intermedia	Cambio
Promedios de ingresos agropecuarios	\$ 1.053.000	\$ 1.733.425	65%
Ingresos agropecuarios mujeres	\$ 847.000	\$ 1.287.000,00	52%
Ingresos agropecuarios Hombres	\$ 1.233.000	\$ 2.120.000,00	72%
Promedio de ingresos que reportan los participantes	\$ 1.345.974	\$ 1.711.000	27%
Ingresos que reportan mujeres	\$ 1.046.000	\$ 1.319.000	26%
Ingresos que reportan hombres	\$ 1.614.000	\$ 2.031.000	26%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

A continuación, se presentan los resultados de la recolección de información intermedia por línea agrícola.

Línea agrícola: cacao

La línea productiva más destacada entre los participantes del proyecto es el cacao, con más del 60% de ellos indicando que producen cacao, ya sea al inicio o durante la recolección intermedia de información. Al comparar los dos momentos (inicio e intermedio), se observa un aumento en el número de productores(as) que reportan cacao como su línea productiva y que efectivamente tienen producción durante la recolección de datos. En términos generales, se registra una disminución en la producción, a pesar de que los ingresos han aumentado. Sin embargo, para un análisis más preciso, es fundamental comparar aquellos participantes que reportan información sobre cacao en ambos momentos.

Tabla 3. Producción e ingresos de cacao en línea base inicial e intermedia

Línea productiva cacao		
	Inicial - ciclo 2023	Intermedia - primer semestre 2024
Número de productores que reportan cacao en línea productiva	152	166
Número de productores que reportan producción	128	156
Producción promedio por participante (kg)	747	515
Producción total (kg)	95648	80321
Ingresos promedios netos por ciclo	\$ 5.987.000	\$ 9.209.000
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 912.000	\$ 1.478.000
Ingresos totales por línea agrícola cacao	\$ 766.431.000	\$ 1.437.726.308

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Al considerar únicamente a los productores que reportan cacao en ambos períodos, se tiene información de 148 participantes, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4. Comparación línea base e intermedia de la línea productiva de cacao

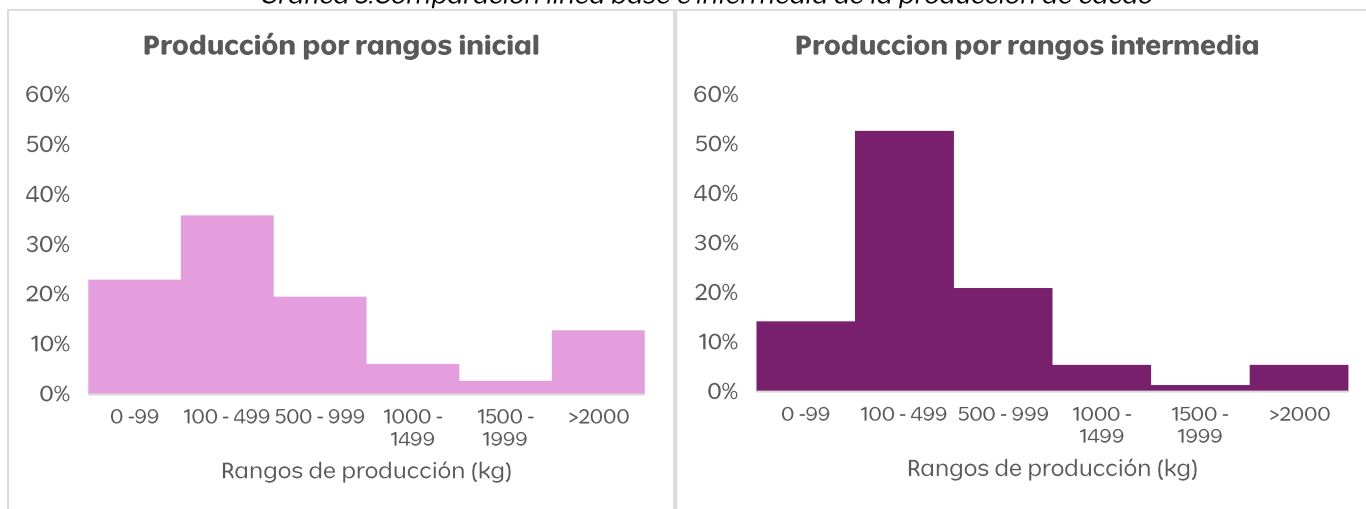
Número de observaciones: 148	Ciclo 2023	Primer semestre 2024
Producción promedio por productor	701	502
Desviación estándar producción	977	528
Producción total	103718	74264
Productividad (kg/ha)	280	206
ingresos promedios	\$ 6.019.000	\$ 9.506.000
Desviación estándar ingresos	7969670	10197819
ingresos mensuales	\$ 921.000	\$ 1.529.000
ingresos totales	\$ 758.431.000	\$ 1.321.371.000

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Se observa una disminución en la producción del 28%, así como una reducción del 26% en la productividad. Estos datos pueden atribuirse a varios factores: i) La cosecha de cacao generalmente ocurre en dos períodos del año; la principal se da entre octubre y diciembre, mientras que la cosecha secundaria, de menor volumen, tiene lugar entre abril y junio. La recolección de datos intermedios se realizó durante esta cosecha secundaria de menor volumen. Asimismo, según los reportes climáticos de la Federación Nacional de Cacaoteros (2024), el fenómeno de El Niño retrasó la cosecha secundaria de este año, lo cual pospuso la producción; ii) la mayor precisión en la toma de datos debido a una verificación intensificada; inicialmente, los datos eran reportados por los participantes, pero actualmente se realiza un análisis más riguroso de variables como el número de hectáreas y plantas, lo que se refleja en que la desviación estándar se aproxima más al promedio en esta recolección intermedia.

Al observar la distribución de la producción por rangos, la mayoría de la producción está concentrada en menos de 500 kg en ambos períodos. Al inicio, el 59% de los(as) productores(as) generaba menos de 500 kg, mientras que, en el intermedio, esta cifra asciende al 67%. Además, solo el 14% reportaba producciones de más de 2000 kg al inicio, comparado con el 5% en la recolección intermedia. Esta disminución puede estar relacionada con los altos niveles de producción reportados al inicio; y como se mencionó, con la temporalidad de la recolección de información y los ciclos del cacao.

Gráfica 5. Comparación línea base e intermedia de la producción de cacao



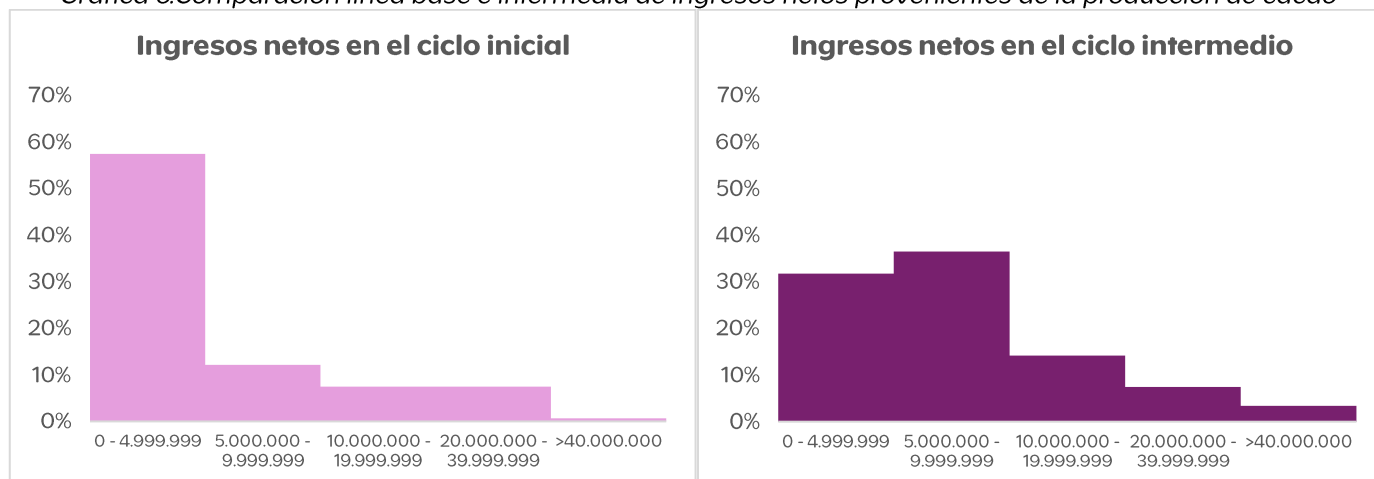
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

En cuanto a la productividad en Colombia, La Federación Nacional de Cacaoteros (s.f.) indica que la productividad promedio es de 450 kg por hectárea, mientras que Agrosavia (2024) reporta 360 kg durante el primer semestre del año. En Santander, estudios realizados por Agrosavia liderados por Jaimes et al. (2022) muestran rendimientos de 600 kg de cacao seco en la región. Comparados con la recolección de datos en ambos períodos analizados, las productividades se sitúan por debajo de la media departamental y nacional. Según la Federación Nacional de Cacaoteros (s.f.), las productividades del cultivo están relacionadas por la edad de las plantas, el tipo de material de propagación, el manejo ambiental y de enfermedades, así como la densidad de árboles por hectárea. Al evaluar la extensión de las áreas cultivadas por los participantes en cacao para determinar si este fue un factor que influyó en los cambios en productividad (mayores extensiones de cultivo con menor producción se relacionan con menores productividades), no se registran cambios significativos, pasando de un promedio de 2,59 ha a 2,64 ha.

No obstante, se evidencian considerables aumentos en los ingresos promedios netos durante el ciclo (58%) de los participantes, en los promedios netos mensuales (66%) de los participantes y en los ingresos netos totales sumando todos los ingresos de los(as) participantes durante el ciclo (74%). Uno de los factores que ha contribuido a estos incrementos es el notable aumento en los precios del cacao. En septiembre de 2023, el precio del cacao se comercializaba a aproximadamente \$12.000 por kg, y para julio de 2024, este valor se incrementó a alrededor de \$28.000 por kg (Agronet, 2024). Este aumento de precios se asocia con malas cosechas que han afectado la producción en los principales países productores de cacao, como Ghana y Costa de Marfil, que concentran más del 70% de la producción global. Ante estas circunstancias, estos países han comenzado a retener exportaciones y ventas para la próxima temporada, lo que ha llevado a un incremento en los precios debido a la disminución de la oferta (France 24 español).

Además, se observa un cambio notable en la distribución de los ingresos. Al inicio del ciclo, el 57% de los participantes reportaba ingresos inferiores a \$5.000.000, mientras que, en la recolección intermedia, esta cifra se reduce al 32%. Esto sugiere un aumento en el número de personas que alcanzan rangos de ingresos más altos, ya que el 36% reporta ingresos entre \$5.000.000 y \$9.999.999, en comparación con el 12% al inicio.

Gráfica 6. Comparación línea base e intermedia de ingresos netos provenientes de la producción de cacao



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Línea agrícola: cítricos

La segunda línea más importante en términos de participantes que reportan cultivos, niveles de producción e ingresos es la de cítricos. Aproximadamente el 50% de los(as) participantes del proyecto reportan esta línea agrícola en ambos momentos de recolección de datos.

Al comparar dos periodos diferentes, se observa que el número de participantes que reportan cítricos se mantiene relativamente estable, con un leve aumento en el número de productores(as) que efectivamente informan sobre su producción. Aunque la producción promedio por participante y la producción total disminuyen, se aprecia un ligero aumento en los ingresos.

Tabla 5. Producción e ingresos de cítricos en línea base inicial e intermedia

	Inicial - ciclo 2023	Intermedia - primer semestre 2024
Número de productores que reportan cítricos en línea productiva	92	93
Número de productores que reportan producción	73	84
Producción promedio por participante (kg)	4484	3936
Producción total (kg)	327343	300643
Ingresos promedios netos	\$ 3.359.383	\$ 3.631.00
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 596.000	\$ 608.000
Ingresos totales	\$ 245.235.000	\$ 305.020.830

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Al tomar los participantes que reportan línea agrícola de cítricos tanto al inicio como durante la recolección intermedia, se tienen 70 observaciones en las que se evidencia que la producción promedio por productor y en la producción total se mantienen constante (aumenta un 1% en ambos casos). Sin embargo, se observó una disminución en los niveles de productividad, que fue un 8% inferior respecto al

inicio. Una posible razón es que, al contar con producciones constantes, pero mayores extensiones de cultivo dedicadas la producción de limón, la productividad disminuye (teniendo en cuenta la división producción (kg)/número hectáreas). Al comparar las extensiones de terreno dedicadas a cítricos, se pasa de un promedio de 1,06 hectáreas a 1,34 hectáreas; aunque no es mucha la diferencia.

Tabla 6. Comparación línea base e intermedia de la línea productiva de cítricos

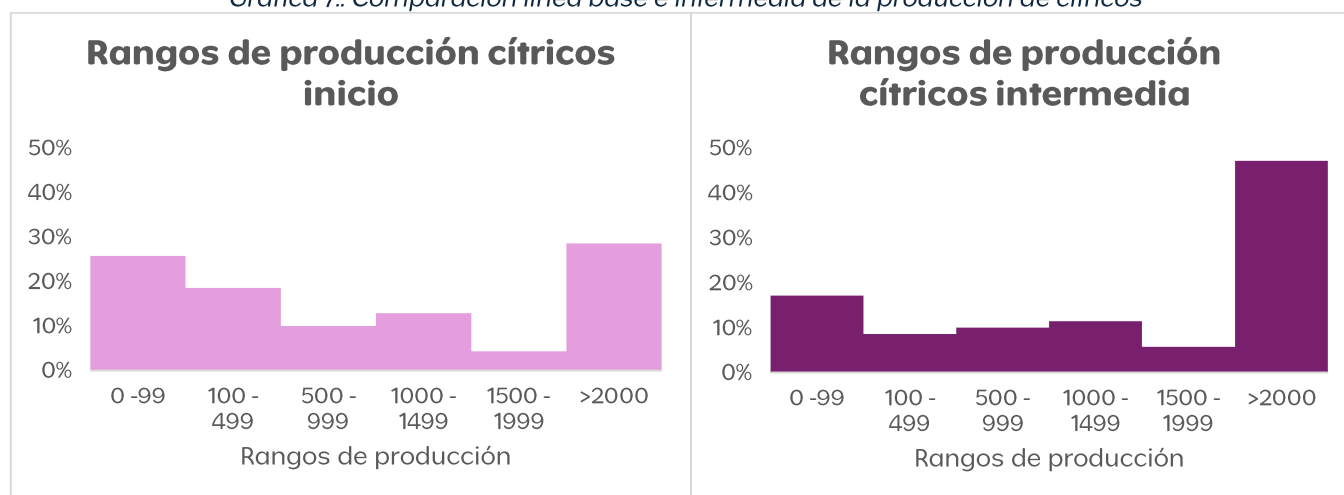
Comparación productores ambas líneas base		
Número de observaciones	70	
	Ciclo 2023	Primer semestre 2024
Producción promedio por productor (kg)	4185	4239
Desviación estándar	12086	7120
Producción total (kg)	292948	296727
Productividad (kg/ha)	3793	3480
Ingresos promedios netos	\$ 3.020.929	\$ 3.898.107
Desviación estándar	5934695	6676196
Ingresos promedios neto mensuales	\$ 551.940	\$ 665.308
Ingresos totales netos de la línea cítricos	\$ 211.465.000	\$ 272.867.500

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Se observa una desviación estándar más cercana al promedio para la producción, lo que refleja un esfuerzo por mejorar la precisión y verificación de los datos al igual que con la línea de cacao.

En cuanto a la distribución de la producción por rangos, al inicio del ciclo el 26% de los participantes reportaba menos de 100 kg de producción. Sin embargo, para la línea intermedia, ese porcentaje disminuyó en ese rango (17%). Este incremento en producción también se ve reflejado en el aumento del número de participantes que reportan producciones superiores a los 2.000 kg (se pasa de 29% a 47%).

Gráfica 7. Comparación línea base e intermedia de la producción de cítricos

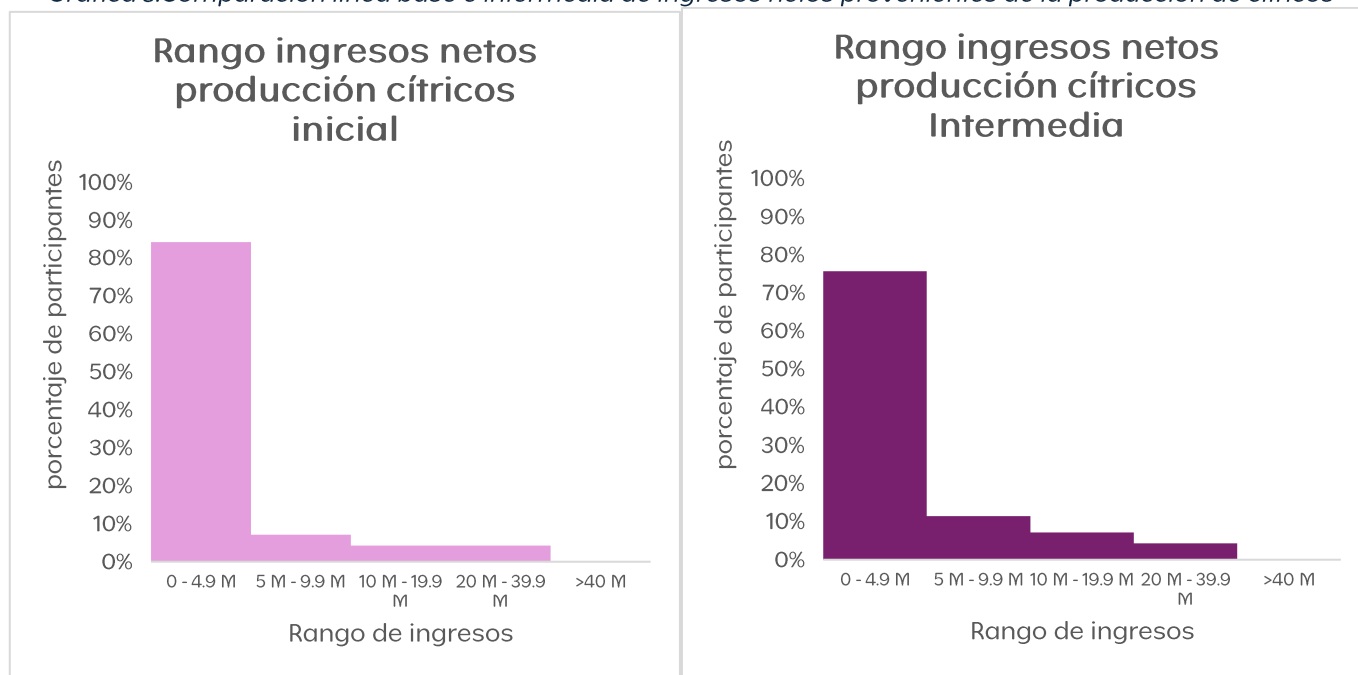


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024

En cuanto a los ingresos, se observan aumentos los ingresos promedio neto del ciclo por participante (29%), en el promedio neto mensual (21%) de los participantes y en los ingresos netos totales de la línea productiva sumando todos los ingresos de los(as) participantes (29%). **Aumentos en ingresos del cacao y de cítricos, se relacionan con aumentos en los ingresos agropecuarios como se mostró anteriormente.** Sin embargo, a diferencia del cacao, el precio del limón no ha experimentado choques externos tan agudos. En Santander, el precio del limón pasó de \$4.000 pesos por kg en septiembre de 2023, a \$1.700 pesos por kg a principios de 2024, subiendo a \$2,500 pesos por kg en marzo y luego bajando a menos de \$1,500 pesos por kg a mediados de año (Agronegocios, 2024).

Al analizar los rangos de ingresos netos, la mayoría de los participantes (84% en la fase inicial y 76% en la intermedia) reportan ingresos por debajo de \$5,000,000. No obstante, en la recolección intermedia, se registra un leve aumento en el porcentaje de participantes con ingresos superiores a ese monto, alcanzando un 23% frente al 16% inicial.

Gráfica 8. Comparación línea base e intermedia de ingresos netos provenientes de la producción de cítricos



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Otras líneas pecuarias

Además de las líneas más representativas como cacao y cítricos, los(as) participantes también reportaron producción en otras líneas agropecuarias, como miel y avicultura, aunque con un número menor de productores. En el caso de la miel, se observan incrementos tanto en la producción como en los ingresos, mientras que, en la avicultura, la producción y los ingresos son más limitados.

Cabe destacar que estas líneas productivas cuentan con un reducido número de participantes en ambas líneas base (menos de 12). Por lo tanto, hay que tener en cuenta que cambios en los valores muy por encima de los promedios de ingreso y producción, son los que principalmente van a influir en los cambios de los ingresos y producciones generales.

Miel

Se reportan aumentos tanto en la producción por participante como en la producción total de miel. Los ingresos muestran un aumento notable, con un incremento casi cinco veces mayor en los ingresos promedio del ciclo y casi el triple en los ingresos promedio mensuales². El equipo técnico menciona que los insumos proporcionados por el proyecto como capacitaciones en mejorar la alimentación de las abejas con mayor proteína y diferentes suplementos, puede haber influido en los mejores resultados de la producción.

Tabla 7. Producción e ingresos de miel en línea base inicial e intermedia

Línea productiva miel			
Inicial - ciclo 2023		Intermedia - primer semestre 2024	
Número de productores que reportan miel en línea productiva	15	Número de productores que reportan miel en línea productiva	17
Número de productores que reportan línea apícola en ambas encuestas	12		
Producción promedio por participante (kg)	201	Producción primer semestre 2024 (kg)	269
Producción total (kg)	2415	producción total (kg)	4305
Ingresos promedios netos ciclo	\$ 2.107.000	Ingresos promedios netos ciclo	\$ 9.286.000
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 522.000	Ingresos promedios netos mensuales	\$ 1.547.000
Ingresos totales netos línea miel	\$ 25.290.000	Ingresos totales netos línea miel	\$ 111.400.000

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Línea avícola: gallinas ponedoras

En la producción de gallinas ponedoras, las cifras indican mayores producciones e ingresos en la encuesta inicial, que abarcó un año completo, mientras que la encuesta intermedia cubrió solo el primer semestre de 2024. Al igualar las temporalidades, se presentan ingresos promedios netos y mensualizados similares, pero no es posible comparar directamente los ingresos totales. Es importante señalar que, en la encuesta inicial, dos participantes reportaron ingresos superiores a \$20.000.000, lo que impacta en los datos agregados.

Tabla 8. Producción e ingresos de gallinas ponedoras en línea base inicial e intermedia

Línea productiva gallinas ponedoras			
Inicial - ciclo 2023		intermedia - primer semestre 2024	
Número de productores que reportan gallinas ponedoras en línea productiva	12	Número de productores que reportan gallinas ponedoras en línea productiva	7
Número de productores que reportan línea avícola: gallinas ponedoras, en ambas encuestas	7		

² Este fuerte aumento en los ingresos puede estar influido por dos participantes en la fase intermedia que reportaron ingresos superiores a \$30.000.000, lo que impacta considerablemente los datos agregados.

Producción promedio por participante (cubetas 30 huevos)	1968	Producción primer semestre 2024 (cubetas 30 huevos)	1535
Producción total	11810	producción total	10750
Ingresos promedios netos	\$ 10.414.000	ingresos promedios netos	\$ 5.357.000
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 867.000	ingresos promedios netos mensuales	\$ 434.000
Ingresos totales línea gallinas ponedoras	\$ 72.900.000	ingresos totales líneas gallina ponedoras	\$ 37.051.000

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Línea avícola: pollos

Para la línea de pollos, un participante reporta ingresos de \$15.000.000 de pesos (lo reportó anualizado) y esto influye en los cambios de los datos agregados.

Tabla 9. Producción e ingresos de pollos en línea base inicial e intermedia

Línea productiva pollo			
Inicial - ciclo 2023		intermedia - últimos 2 meses primer semestre 2024	
Número de productores que reportan pollos de engorde en línea productiva	14	Número de productores que reportan pollos de engorde en línea productiva	11
Número de productores que reportan línea pollos en ambas encuestas	11		
Producción promedio por participante (kg)	166	Producción promedio por participante 2024 (kg)	83
Producción total (kg)	1824	producción total (kg)	919
Ingresos promedios netos	\$ 1.860.000	ingresos promedios netos	\$ 296.000
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 338.000	ingresos promedios netos mensuales	\$ 131.000
Ingresos totales netos por línea pollos	\$ 20.466.000	ingresos totales netos por línea pollos	\$ 3.760.000

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Destinos de producción

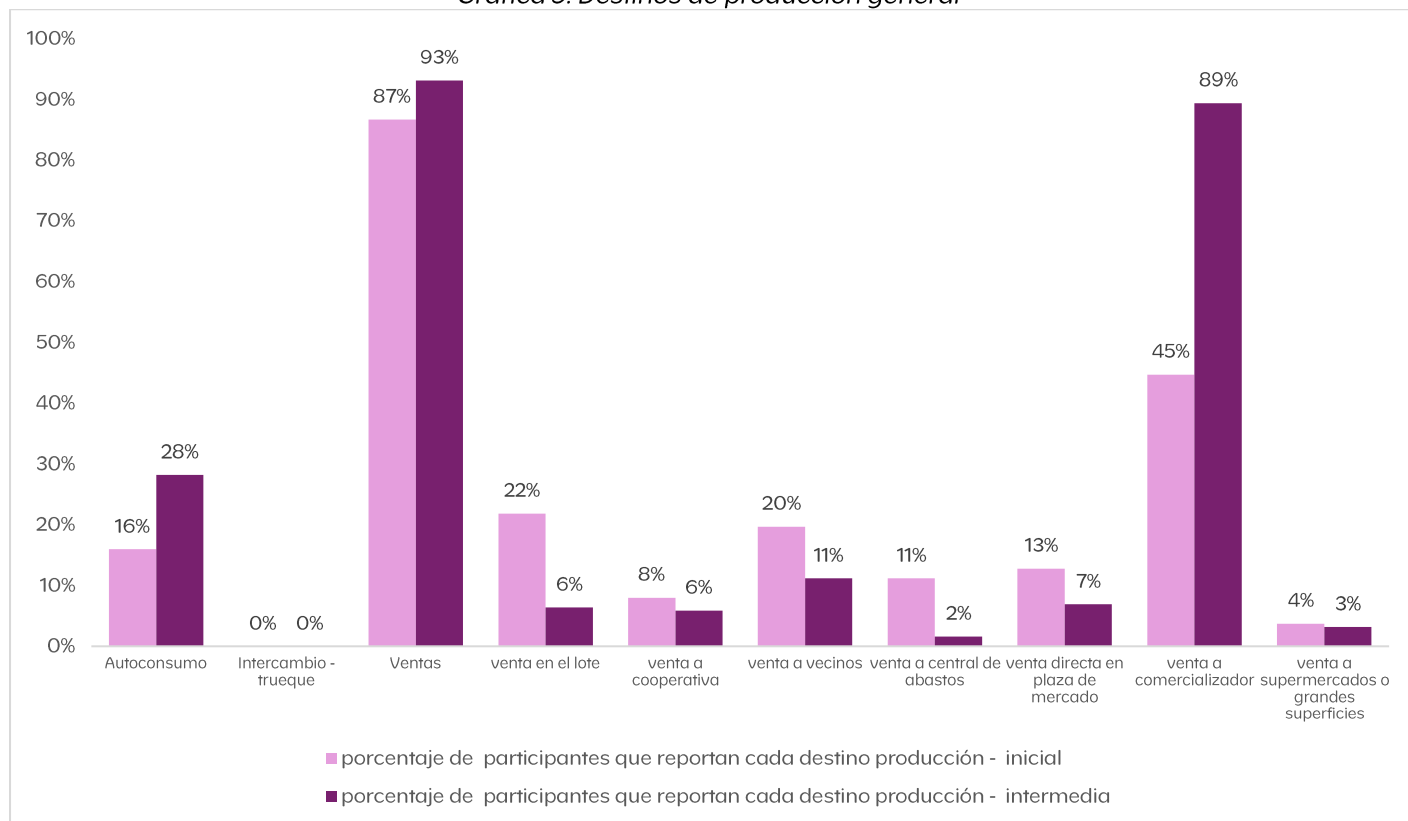
Al analizar los destinos de producción de todos los productos agropecuarios de los participantes, se observa un notable incremento en el porcentaje de participantes que venden a comercializadores, pasando del 45% al 89%, lo que representa un aumento en el doble en el número de participantes: 84 a 168. Este resultado refleja uno de los principales objetivos del proyecto: fortalecer la vinculación con asociaciones productivas, promoviendo el trabajo en equipo y las ventas a través de canales de comercialización.

También se destaca un aumento en el número de participantes que destinan producción al autoconsumo en cultivos como cítricos y aguacates, y en productos como pollos y huevos. Sin embargo, se registra una disminución en la proporción de participantes que venden en otros espacios: la venta en el lote baja del 22% al 6%, la venta a vecinos del 20% al 11%, la venta a centrales de abastos del 11% al 2%, y la venta directa en plaza de mercado del 13% al 7%.

En términos generales, el porcentaje de participantes que realizan ventas aumentó del 87% al 93%. Así mismo, los ingresos por ventas crecieron, con aumentos considerables en la venta de cacao

y miel, y un leve incremento en la de limón. No obstante, en la línea avícola no se observaron aumentos en las ventas.

Gráfica 9. Destinos de producción general



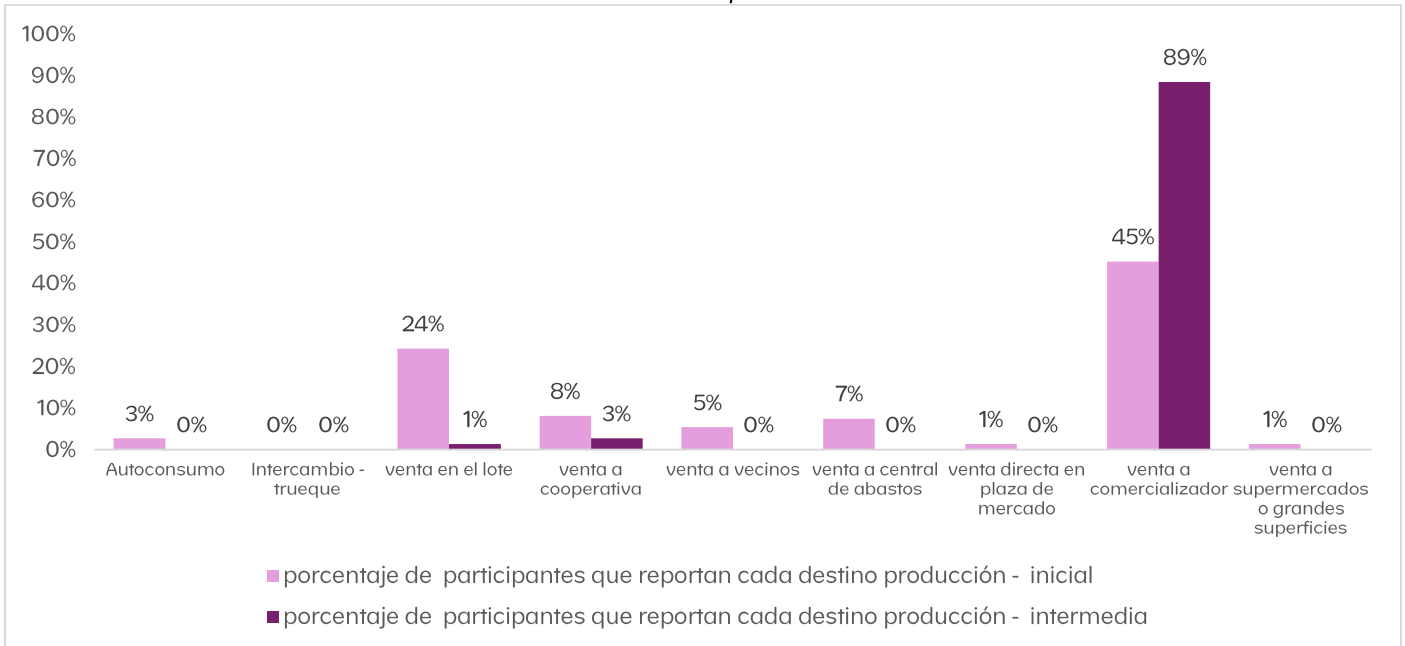
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Destino de producción: cacao

En el caso del cacao, se observa un importante cambio en los destinos de producción. Inicialmente, el 45% de los(as) participantes destinaban su producción a la venta a comercializadores, aumentando hasta el 89% en la recolección intermedia; casi duplicándose. Este incremento refuerza la integración de los productores a cadenas formales de comercialización, uno de los principales objetivos del proyecto. Además, la venta en el lote y la venta a vecinos disminuyen significativamente, con un descenso del 18% al 4% y del 15% al 7%, respectivamente. Ha habido una transición en los destinos de producción pasando de vender en instancias locales como en el lote o a vecinos, para vender a un intermediario comercializador.

El porcentaje de participantes que destinan cacao para autoconsumo es nulo, evidenciando que esta línea productiva se enfoca principalmente en la comercialización.

Gráfica 10. Destinos de la producción de cacao

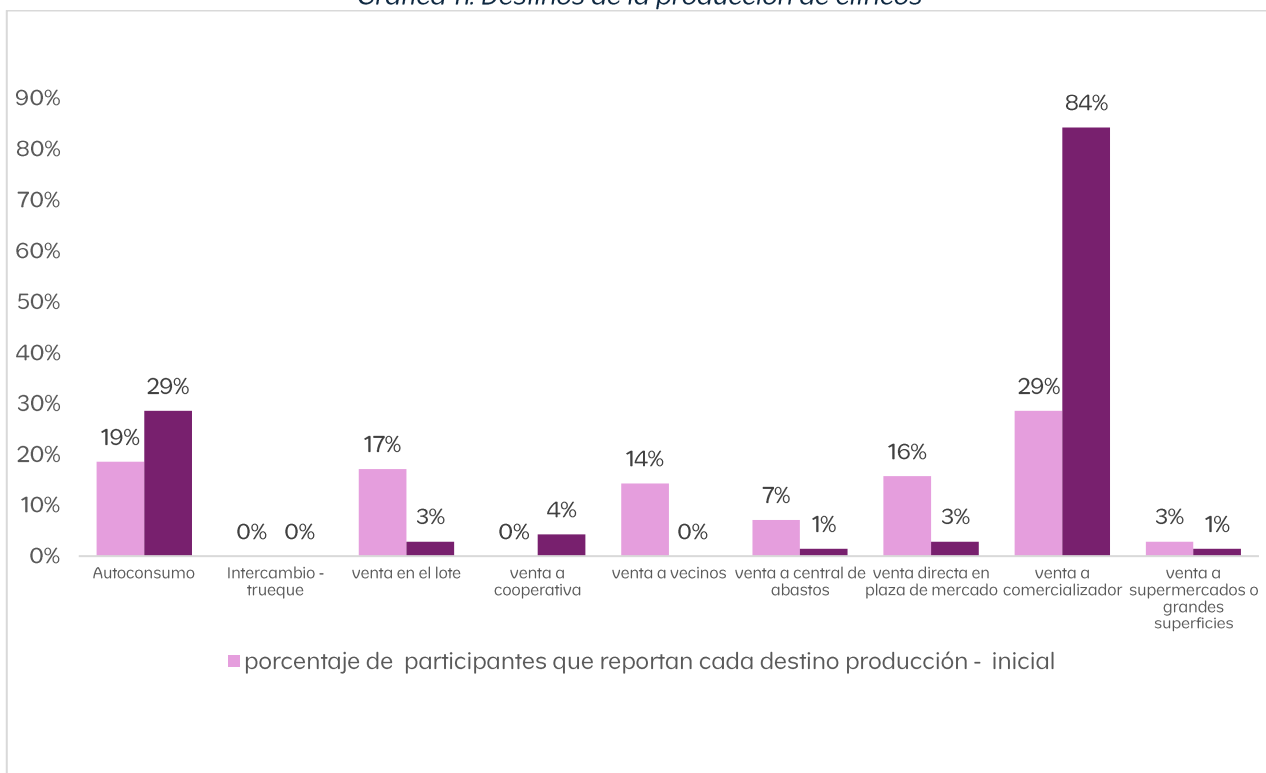


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Destino de producción: cítricos

En la línea agrícola de cítricos, el aumento en la venta a comercializadores es aún más pronunciado, pasando de 20 a 59 participantes (29% al 84%). Además, también se incrementa el número de participantes que destinan cítricos para el autoconsumo. Los otros destinos muestran comportamientos similares a la línea de cacao y los destinos de producción en general: disminuye el número de participantes que venden en el lote, a vecinos, a centrales de abastos y directamente en plazas de mercado.

Gráfica 11. Destinos de la producción de cítricos



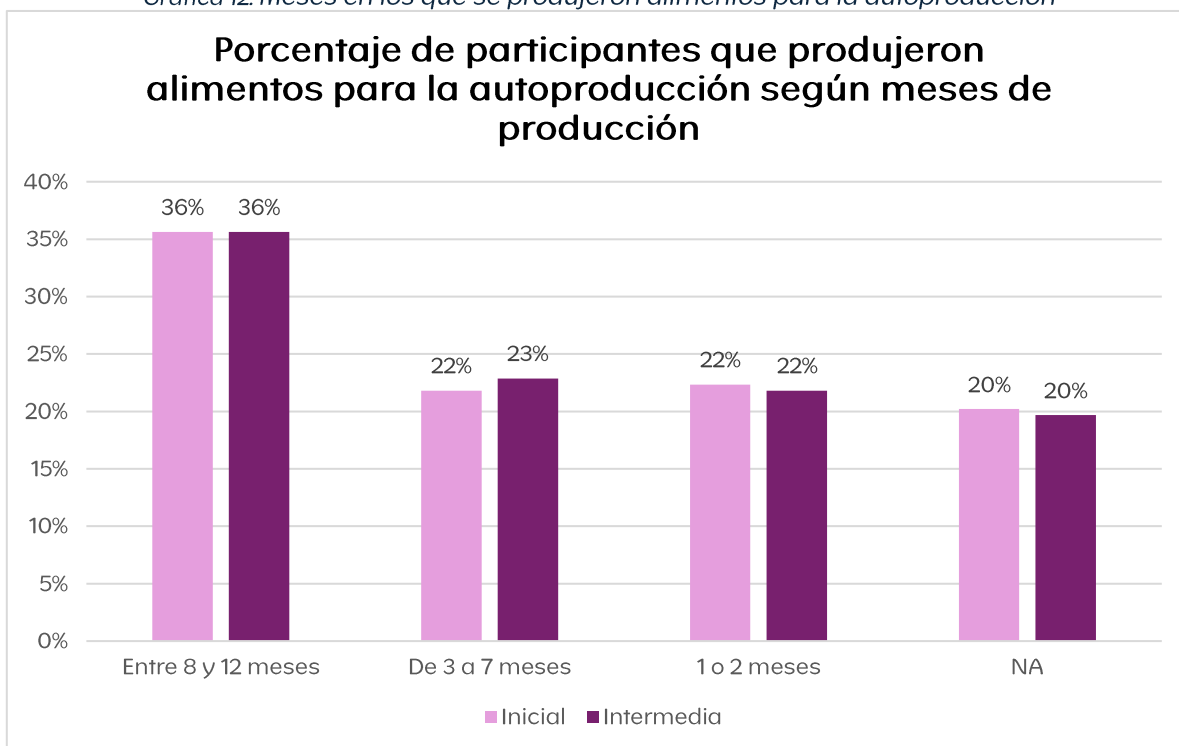
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

Autoproducción

En términos de autoproducción, los hogares que permanecieron en el proyecto no mostraron cambios representativos en sus actividades auto productivas durante los 10 meses de ejecución. De los 188 participantes, el 62% reportó producir alimentos para su propio consumo tanto en la línea inicial como en la intermedia. La diversidad en la autoproducción se mantuvo estable: el 55% de los participantes sigue produciendo entre 2 y 5 alimentos, el 5% produce más de 5 alimentos, y el 20% solo produce 1 alimento para el autoconsumo, lo que indica que no hubo cambios.

Al comparar la cantidad de meses en los que se produjeron alimentos destinados al consumo propio entre la línea base inicial y la intermedia, no se observaron grandes cambios en los participantes que continuaron en el proyecto. El 36% de los participantes siguió produciendo alimentos durante 8 a 12 meses. En la línea base inicial, el 22% producía entre 3 y 7 meses, cifra que se mantuvo casi igual en la línea intermedia, con un 23%. El porcentaje de participantes que produjo entre 1 y 2 meses también se mantuvo en 22%.

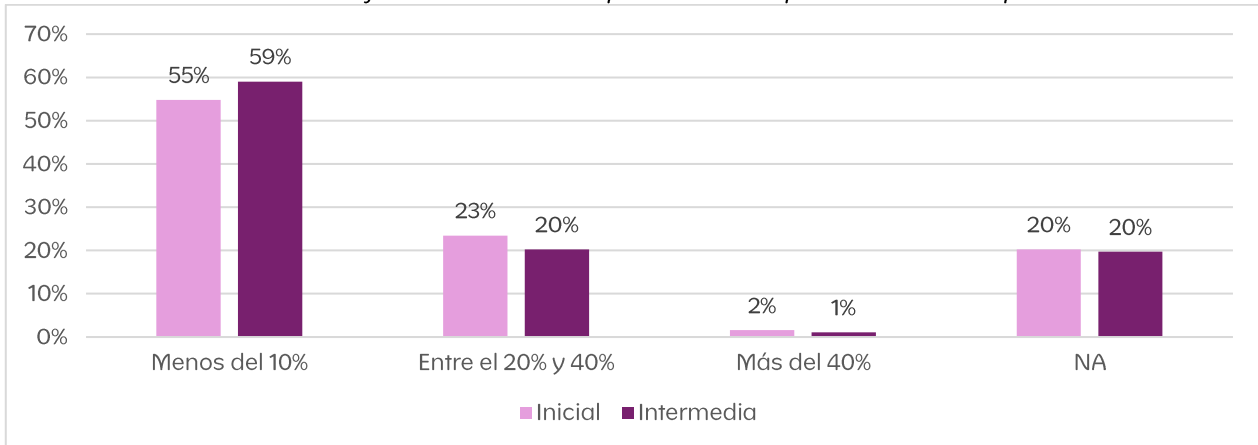
Gráfica 12. Meses en los que se produjeron alimentos para la autoproducción



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio - agosto de 2024.

En cuanto a los alimentos consumidos mensualmente, el porcentaje de participantes mostró ligeros cambios entre la línea base inicial y la intermedia. Aquellos que reportaron que menos del 10% de los alimentos provenían de la autoproducción representaban el 55%, aumentando 4 puntos porcentuales (59%) en la línea intermedia. Los participantes que indicaron que entre el 20% y el 40% de los alimentos consumidos eran de autoproducción disminuyeron del 23% en la línea inicial al 20% en la intermedia. Por su parte, el porcentaje de quienes reportaron que más del 40% de los alimentos consumidos eran autoproducidos descendió del 2% al 1%. Datos que no reflejan cambios sustanciales.

Gráfica 13. Porcentaje de los alimentos que consumen provienen de autoproducción

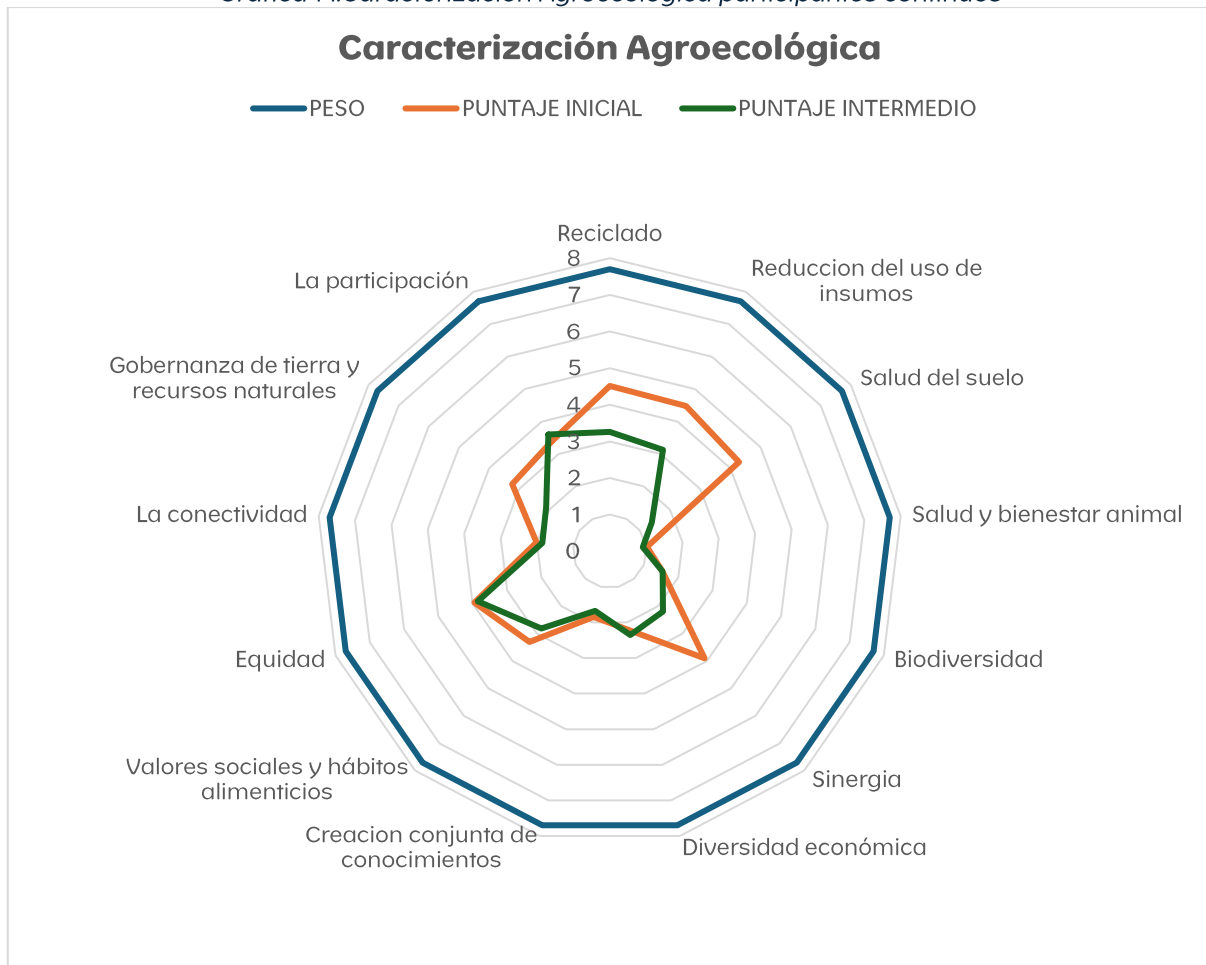


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Con el establecimiento de las huertas caseras, existe un potencial para ampliar el autoconsumo de los participantes e incorporar más alimentos a su dieta básica.

Caracterización agroecológica

Gráfica 14. Caracterización Agroecológica participantes continuos



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Al analizar la información, se identifica que no ha habido aumentos considerables en los principios de la caracterización agroecológica. De hecho, se ha observado una reducción en la mayoría de los puntajes de estos principios.

Tabla 10. Comparación de los puntajes de los principios de caracterización de los participantes

#	PRINCIPIOS	PESO	PUNTAJE INICIAL	PUNTAJE INTERMEDIO	CAMBIO PORCENTUAL
1	Reciclado	7,7	3,51	3,21	-9%
2	Reducción del uso de insumos	7,7	4,48	3,13	-30%
3	Salud del suelo	7,7	3,49	1,37	-61%
4	Salud y bienestar animal	7,7	1,02	0,91	-11%
5	Biodiversidad	7,7	1,54	1,55	1%
6	Sinergia	7,7	3,90	2,19	-44%
7	Diversidad económica	7,7	2,22	2,35	6%
8	Creación conjunta de conocimientos	7,7	1,84	1,67	-9%
9	Valores sociales y hábitos alimenticios	7,7	3,30	2,82	-15%
10	Equidad	7,7	3,95	3,85	-3%
11	La conectividad	7,7	2,01	1,85	-8%
12	Gobernanza de tierra y recursos naturales	7,7	3,23	2,11	-35%
13	La participación	7,7	3,39	3,60	6%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En los primeros seis principios, relacionados con actividades ambientales y de conservación, se han reportado menores respuestas afirmativas por parte de los participantes en actividades como la utilización de residuos de cosecha (desechos orgánicos, desechos de cocina), la conservación de suelos y la tenencia de medios de transformación de materia orgánica (lombricultivo, biofábrica, abonos verdes).

Una posible razón para esta disminución puede ser la falta de comprensión de las preguntas por parte de los(as) participantes en el levantamiento de la línea de base inicial. Aunque muchos afirmaron realizar actividades de conservación del medio ambiente y contar con los medios para llevarlas a cabo, el equipo técnico identificó que, durante el proyecto, en realidad no estaban realizando estas actividades ni disponían de los medios necesarios para realizarlos.

Así mismo, los cambios observados en los principios 9, 11, 12 y 13, relacionados con destinos de producción y organización comunitaria, se deben a las variaciones en los destinos de producción, como se mencionó anteriormente. Se ha registrado una reducción en los porcentajes de participantes que destinan sus productos a la venta en circuitos cortos, como la venta en el lote, a vecinos, en centrales de abastos o de forma directa en la plaza. En contraste, se ha incrementado el número de participantes que destinan su producción para autoconsumo y venta a comercializadores.

Asociatividad

A nivel general, la asociatividad y la cohesión social en el marco del proyecto no ha representado cambios significativos. Las variables asociadas con estos temas reflejan que, los(as) participantes no presentan cambios en relación con su participación en espacios de control público, veeduría

ciudadana, control social, Juntas de Acción Comunal, entre otros; manteniéndose en una relación 60 – 125, donde 60 de ellos sí participa en estos espacios y el resto de los(as) participantes no.

De igual manera, no existieron cambios relacionados en cuanto a su vinculación a alguna organización comunitaria o grupo, manteniéndose estable el número de participantes que sí lo están, 20 en la línea inicial y 21 en la intermedia, y quienes no entre 165 en línea inicial y 167 en línea intermedia. La participación en estas asociaciones u organizaciones es distinta a la participación en asociaciones de productores apoyadas por el proyecto, donde los(as) 188 participantes pertenecen a alguna de las 6 asociación de productores.

Así mismo, al analizar los roles de los(as) participantes en las asociaciones estos se mantienen en ambas mediciones con una distribución en la que 4 son líderes de las organizaciones o asociaciones, 24 pertenecen a la junta directiva. Aun así, al observar qué tan activos son en la toma de decisiones de las organizaciones, se identifica un leve incremento en la participación donde de los 188 participantes, 92 reportan ser algo activos y 40 muy activos, reflejando un incremento de 4 y 2 participantes respectivamente con relación a la línea de base inicial.

Grupos Autogestionados de Ahorro y Crédito (GAAC)

Para el momento de la toma de datos de la línea intermedia, se identificó que, de los 188 participantes que participaron en ambas encuestas, solo 2 hacen parte de un GAAC, mientras que 178 no lo hacen y 8 no saben o no responden. A través de la verificación con el equipo, se corroboró que no se han creado grupos autogestionados en las asociaciones; lo que se está haciendo es fortalecer los 3 fondos rotatorios ya existentes en asociaciones como Ríos de Chocolate, Aroma de paz y Agrovive y crear 3 nuevos fondos rotatorios en las asociaciones que no contaban con estos: Zurrón's, Llano de Palma y Apirio. Es un proceso que al momento del levantamiento de la información apenas se estaba realizando. Esto explica el bajo porcentaje de respuestas de pertenencia a un grupo autogestionado u otros grupos de ahorro y crédito.

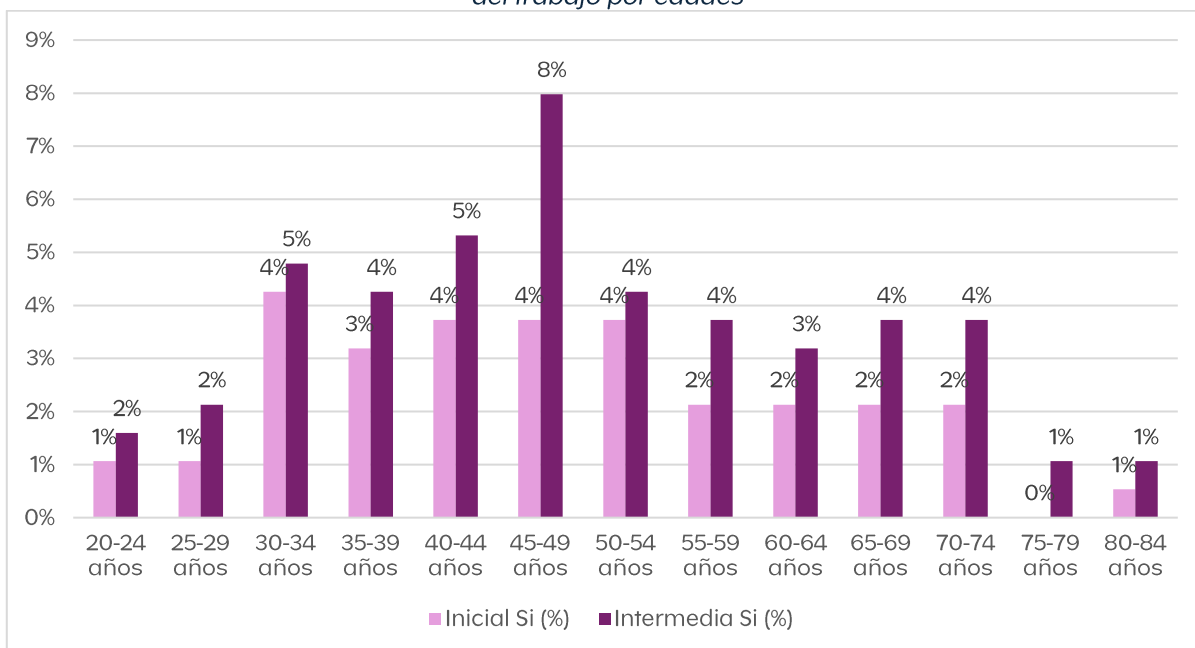
Sistema Participativo de Garantías

La información recolectada indica que de los(as) 188 participantes, 149 no cuenta con un sistema participativo de garantías y 38 no sabe si lo tiene o no. El fortalecimiento de los 6 SGP se desarrollará en la última fase de implementación del proyecto, motivo por el cual no se identifican cambios,

Digitalización

En relación con la digitalización, se evidenciaron cambios entre los participantes que permanecen en el proyecto. En la línea base, el 62% de los participantes afirmaba no conocer herramientas digitales que mejoran la eficiencia laboral; para la línea intermedia, este porcentaje disminuyó al 47%. Por otro lado, el porcentaje de participantes familiarizados con dichas herramientas aumentó del 30% al 47%. Mientras tanto, el grupo que no estaba seguro de conocerlas se mantuvo entre el 6% y el 7%. Al desagregar estos cambios por edad, se observa que en todas las categorías etarias hubo un incremento en el porcentaje de participantes familiarizados con herramientas digitales, siendo el aumento más pronunciado entre personas de 45 a 49 años como se ve en la siguiente gráfica.

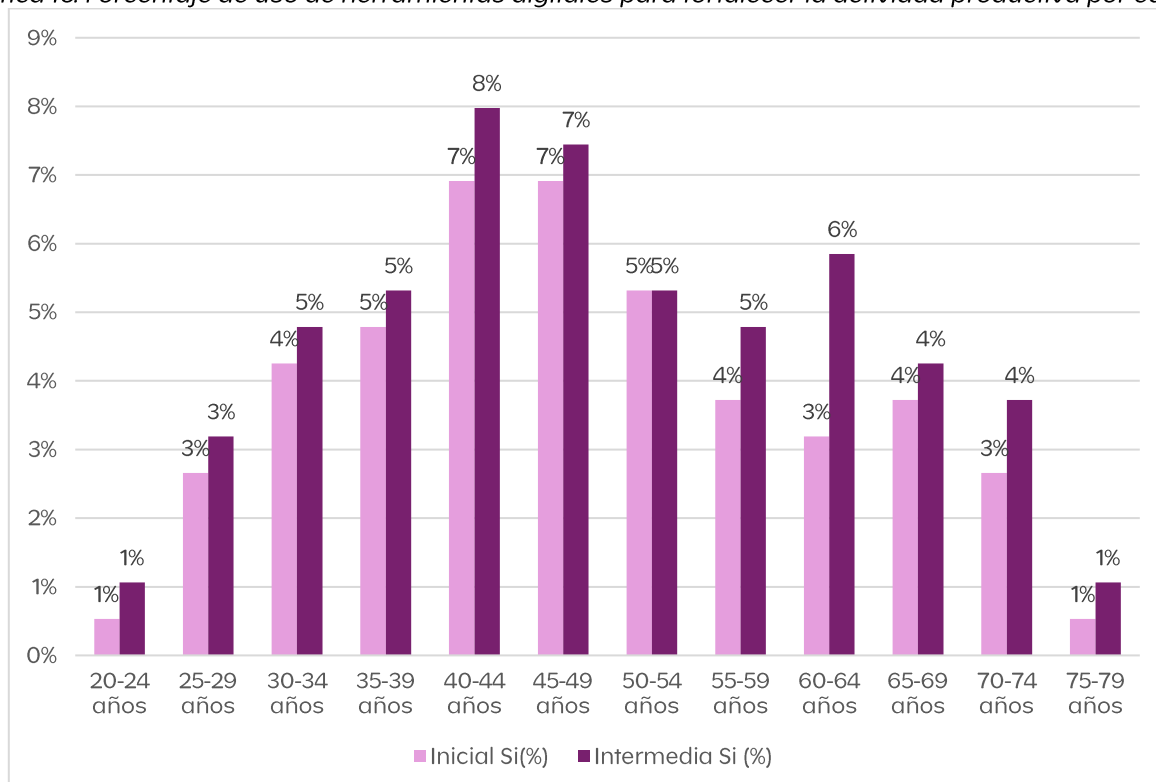
Gráfica 15. Porcentaje de participantes familiarizados con herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia del trabajo por edades



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Así mismo, el porcentaje de participantes que utilizan herramientas digitales para fortalecer su actividad productiva aumentó, pasando del 45% en la línea inicial al 55% en la línea intermedia. Mientras tanto, aquellos que no las utilizan disminuyeron del 51% al 43%. Al desagregar estos cambios por grupos de edad, se evidencia que el incremento fue proporcional en cada uno de los grupos etarios como se ve en la siguiente gráfica. El mayor aumento se ve en el grupo etario entre 60 y 64 años.

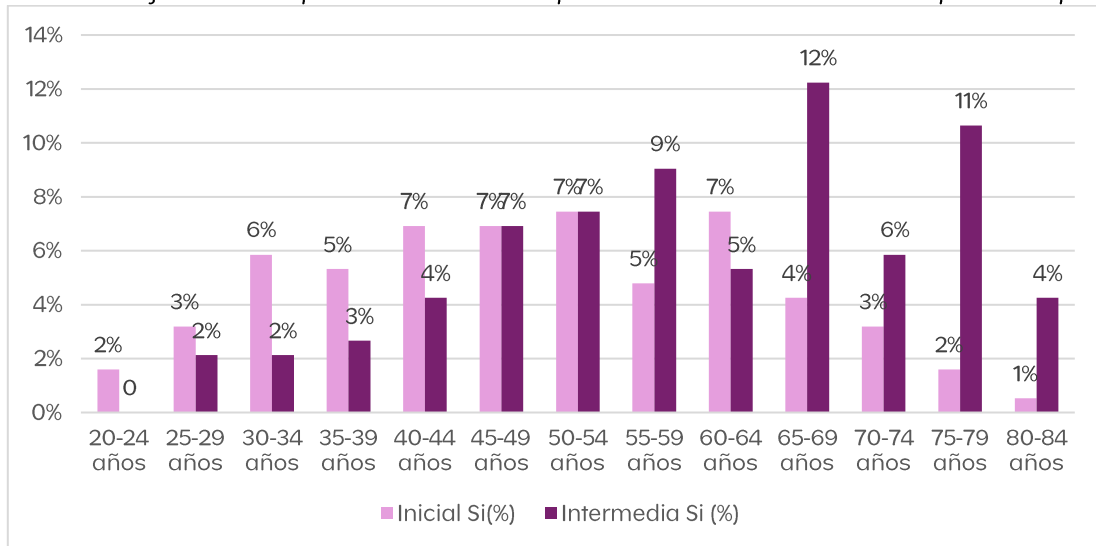
Gráfica 16. Porcentaje de uso de herramientas digitales para fortalecer la actividad productiva por edades



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Respecto al uso de plataformas en línea para comunicarse con otras personas, el porcentaje de usuarios aumentó del 59% al 63%, mientras que el porcentaje de quienes no las utilizaban disminuyó del 39% al 36%. Al desagregar estos datos por edad, se observa que el mayor crecimiento en el uso de plataformas se dio entre las personas de edades más avanzadas, específicamente entre los 55 y 84 años, a excepción del grupo entre 60 y 64 años.

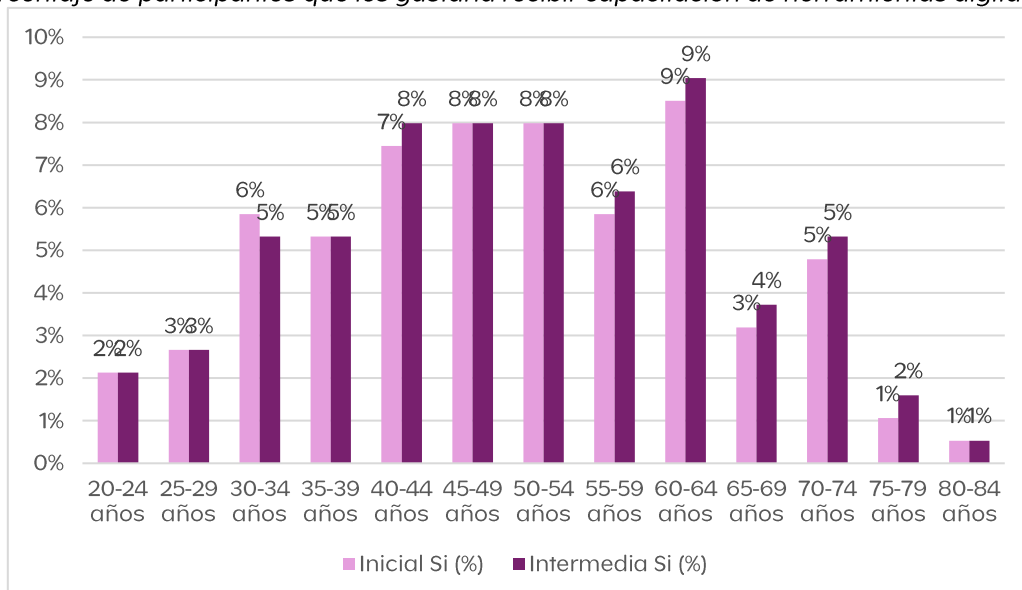
Gráfica 17. Porcentaje de uso de plataformas en línea para la comunicación con más personas por edades



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En cuanto a las personas interesadas en recibir más capacitaciones o información sobre el uso de herramientas digitales, el porcentaje de participantes que afirmaron que les gustaría aumentó del 63% al 66%, y aquellos que señalaron que "tal vez" les gustaría subieron del 23% al 25%. Por otro lado, el porcentaje de participantes que no estaban interesados en recibir estas capacitaciones se redujo del 8% al 6%. Al analizar estos cambios por edades, se observa que los incrementos en el interés por recibir capacitaciones ocurrieron principalmente entre personas de 55 a 79 años. No obstante, son cambios mínimos.

Gráfica 18. Porcentaje de participantes que les gustaría recibir capacitación de herramientas digitales según edad



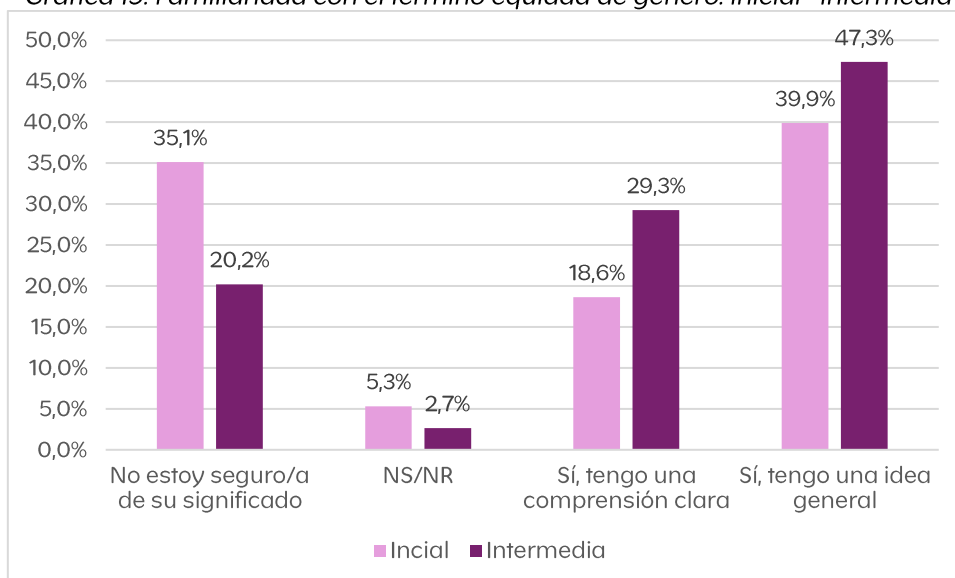
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Los datos anteriores, reflejan el esfuerzo del proyecto a través de las actividades desarrolladas en los talleres y a partir de un continuo seguimiento para lograr fomentar el conocimiento y uso de herramientas digitales para fortalecer sus actividades productivas, esto asociado a la implementación del aplicativo Galapp o el uso de herramientas digitales como el WhatsApp o el Facebook para comercializar sus productos.

Equidad de género

Los datos arrojan un incremento en el conocimiento de los(as) participantes en relación con el significado de “equidad de género”, pasando de 18.6% al 29.3% de participantes que tienen una comprensión clara y se encuentran familiarizados con el término; y de un 39.9% al 47.3% que tiene una idea general de este. Esto puede ser atribuible a la implementación del proyecto y a las acciones de este para sensibilizar a la población objetivo en relación con las violencias basadas en género y la equidad entre los géneros, a partir de las capacitaciones y espacios generados con los(as) participantes, y la implementación de la Ruta contempladas en las guías metodológicas del Sistema de Extensión Rural (SER RASSA).

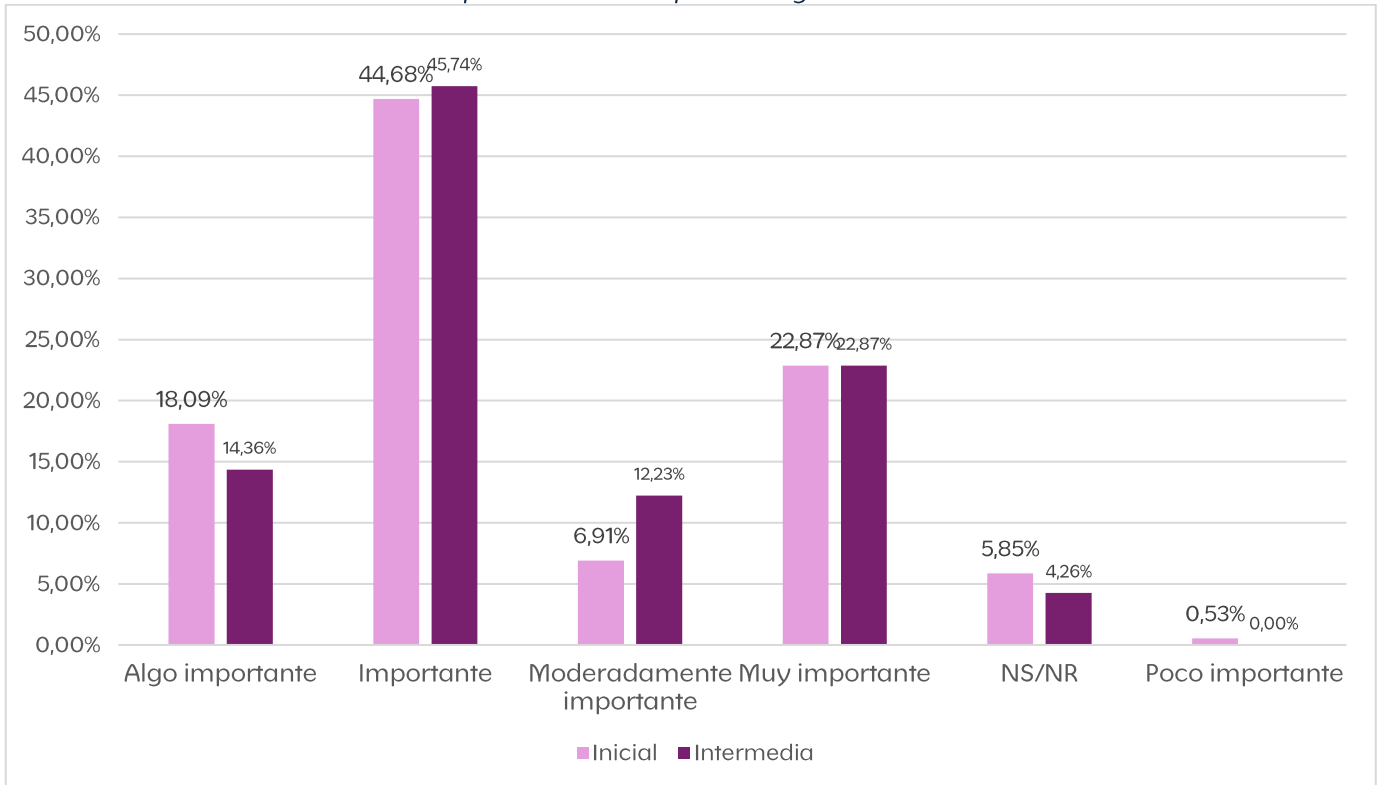
Gráfica 19. Familiaridad con el término equidad de género. Inicial - Intermedia



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En relación con la importancia que tiene la equidad de género para los(las) participantes en su comunidad, los datos no arrojaron cambios significativos, mostrando únicamente un leve incremento en quienes consideran este como “moderadamente importante”, pasando de 6.91% al 12.23%. Esto sugiere la necesidad de continuar en los procesos de sensibilización en términos de la equidad de género en la comunidad.

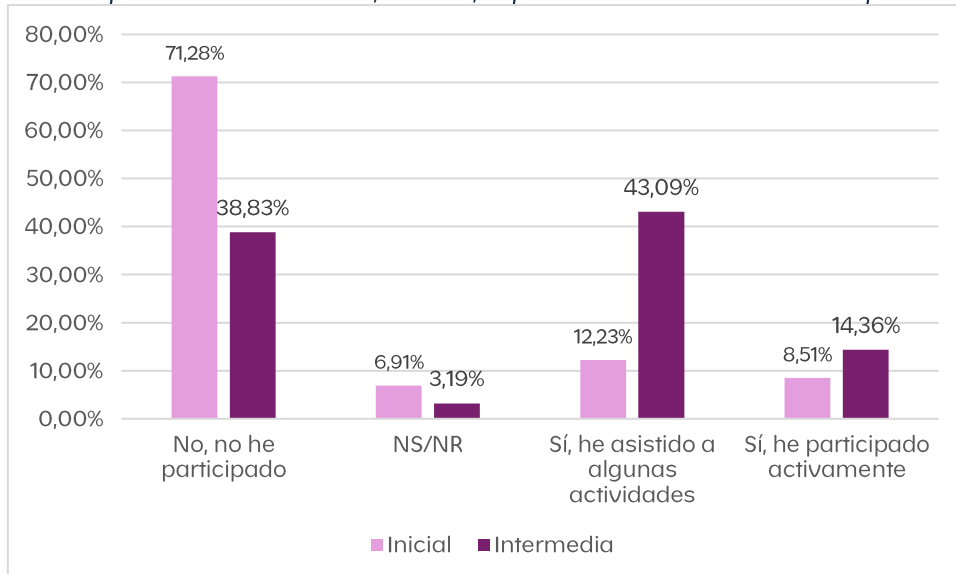
Gráfica 20. Importancia de la equidad de género en la comunidad



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

A pesar de no reflejarse grandes cambios en la importancia de la equidad de género en la comunidad, se refleja un incremento en la participación en actividades, programas o talleres relacionadas con la equidad de género en el último año, el levantamiento de línea de base arrojó que al inicio del proyecto 12.23% participaba ocasionalmente de estas actividades y actualmente el 43% lo hace; y la línea inicial también arrojó que el 8.5% participaba activamente, mientras que en el línea intermedia el 14.36%. Estos datos sugieren un incremento de más del 57% de participación ocasional o activa en estos espacios de sensibilización, talleres y actividades.

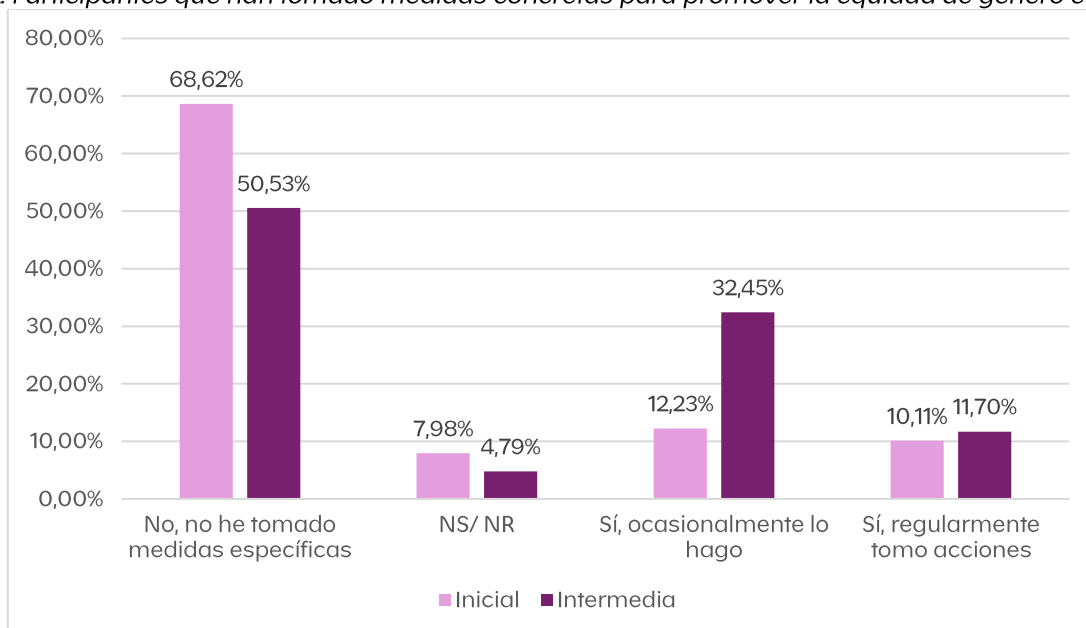
Gráfica 21. Participación en actividades, talleres, espacios relacionados con la equidad de género



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

La participación en talleres y actividades en equidad de género se ha reflejado al haber un incremento en los(as) participantes que ocasionalmente han tomado medidas ocasionales y concretas para promover la equidad de género en su entorno como, por ejemplo, desafiar estereotipos, promover la inclusión, apoyar a colegas o amigos; pasando de un 12.23% en línea inicial a un 32.45% en la intermedia (incremento de 20 puntos porcentuales). Ha habido un incremento, aunque mucho menor, de 1,6 puntos porcentuales en el porcentaje de participantes que toman medidas concretas de manera recurrente (10.11% al 11.70%). Esto refleja un cambio a nivel comunitario, donde hay un accionar concreto por parte de los(as) participantes a partir de las herramientas y espacios de formación brindadas por el proyecto.

Gráfica 22. Participantes que han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en tu entorno

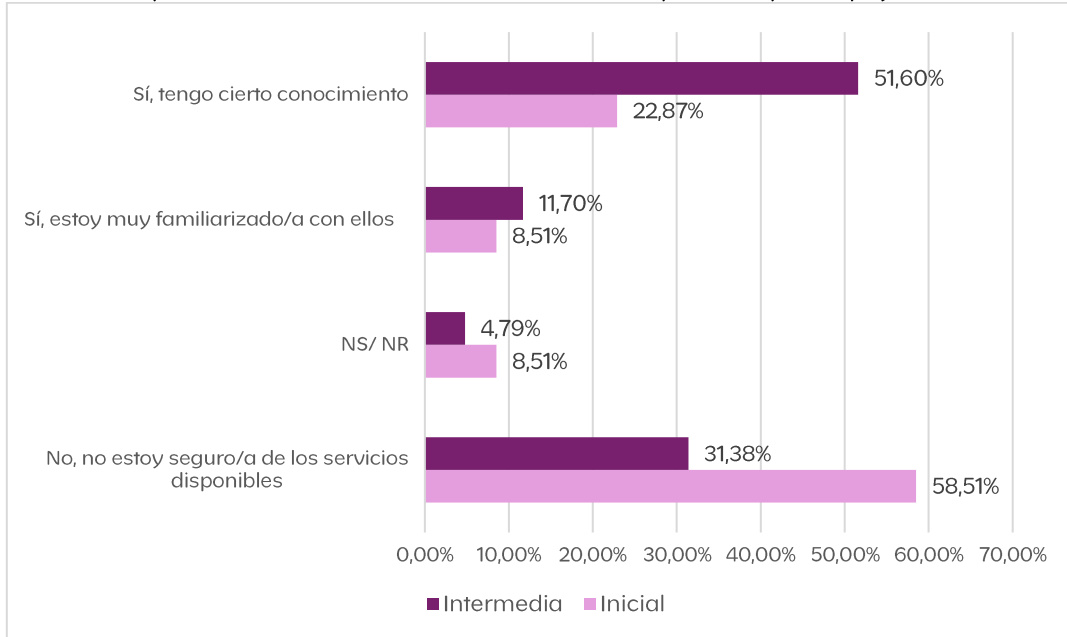


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Violencia basada en género

En relación con la familiaridad que los participantes tienen frente a los servicios disponibles para apoyar a las víctimas de VBG, se evidencia un incremento en el reconocimiento de estas, tanto en la familiaridad que tienen frente a estos con un incremento de 3.51 puntos porcentuales; y quienes tienen cierto conocimiento al respecto con una variación de 35 puntos porcentuales. Como se mencionó anteriormente, estos datos reflejan el trabajo desarrollado por el proyecto en la promoción y sensibilización de estas temáticas a través de actividades implementadas en el campo por los profesionales en campo.

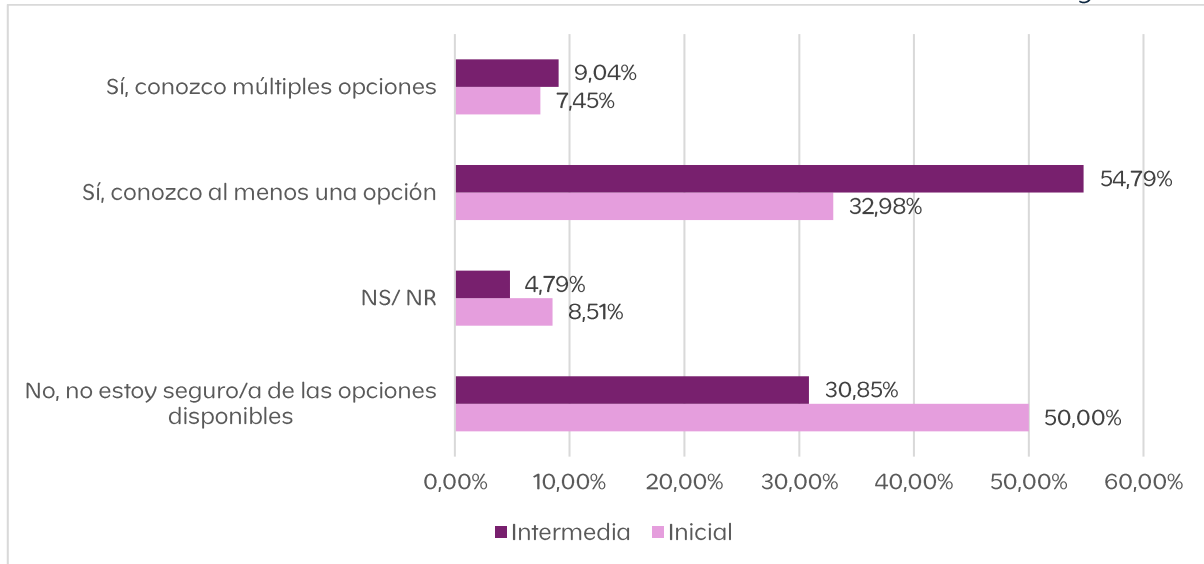
Gráfica 23. Participantes familiarizados con los servicios disponibles para apoyar a víctimas de VgB



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Se evidencia un cambio en el conocimiento sobre a dónde pueden acudir las víctimas de VBG, con un incremento en el conocimiento de al menos una opción, pasando del 32,98% al 54,79%. No obstante, aún sigue siendo significativo el porcentaje de participantes que no está seguro de las opciones disponibles sobre a donde acudir ante la ocurrencia de violencia basadas en género.

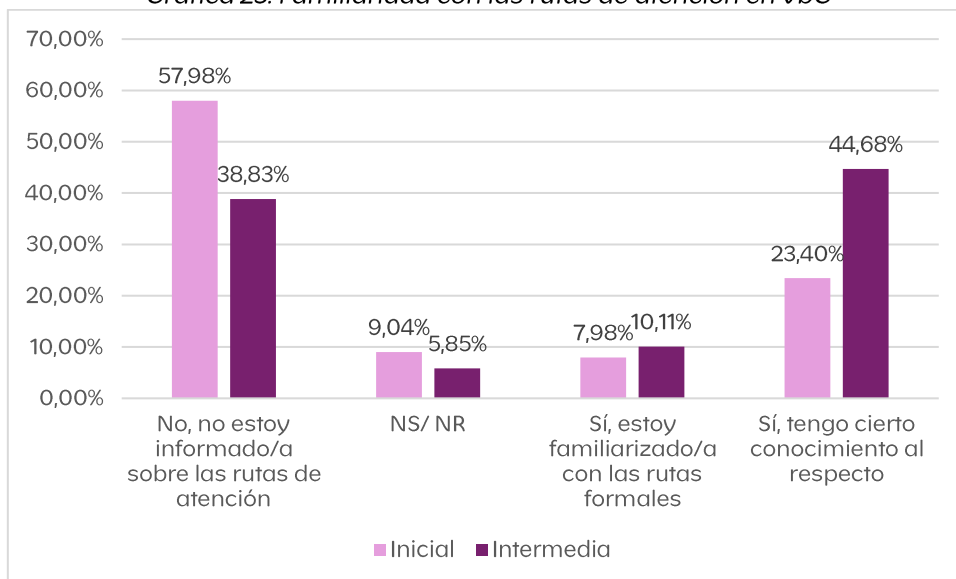
Gráfica 24. Conocimiento sobre a dónde acudir ante casos de violencias basadas en género



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Finalmente, frente al conocimiento de las rutas formales para la atención a víctimas de VBG, se observa un incremento de participantes que a la fecha cuentan con un cierto conocimiento al respecto, pasando del 23,4% en la línea inicial a un 44,68% en la final. Lo anterior sugiere que las actividades del proyecto han sido efectivas en la promoción de las rutas de atención, dado que se ha disminuido en casi 20 puntos porcentuales las personas que no estaban informados sobre las rutas de atención, pasando en la actualidad a tener cierto conocimiento.

Gráfica 25. Familiaridad con las rutas de atención en VbG

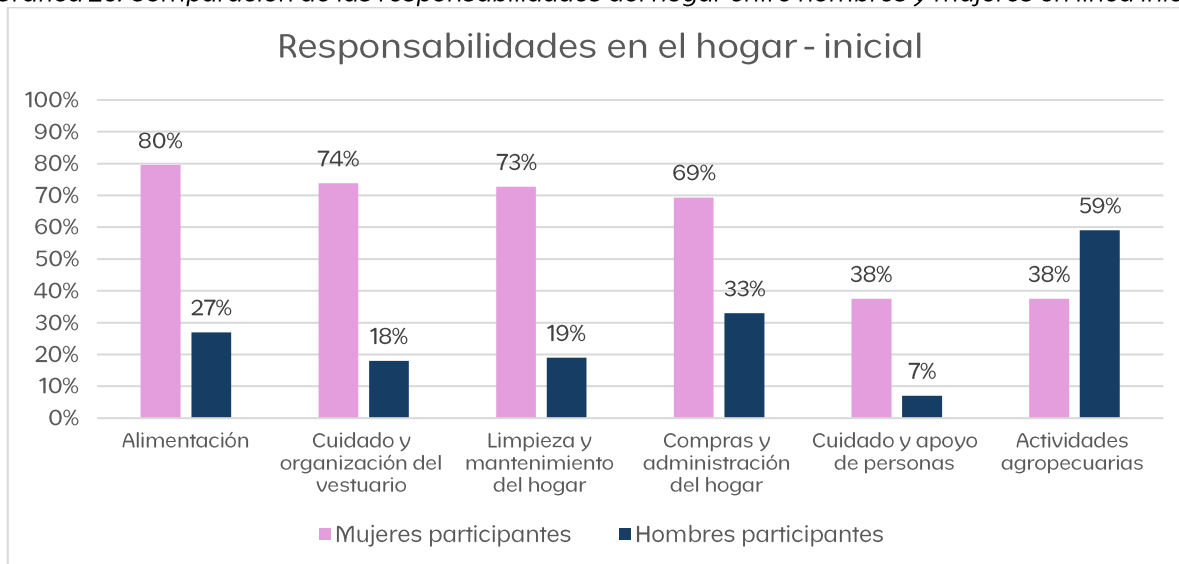


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Economía del cuidado

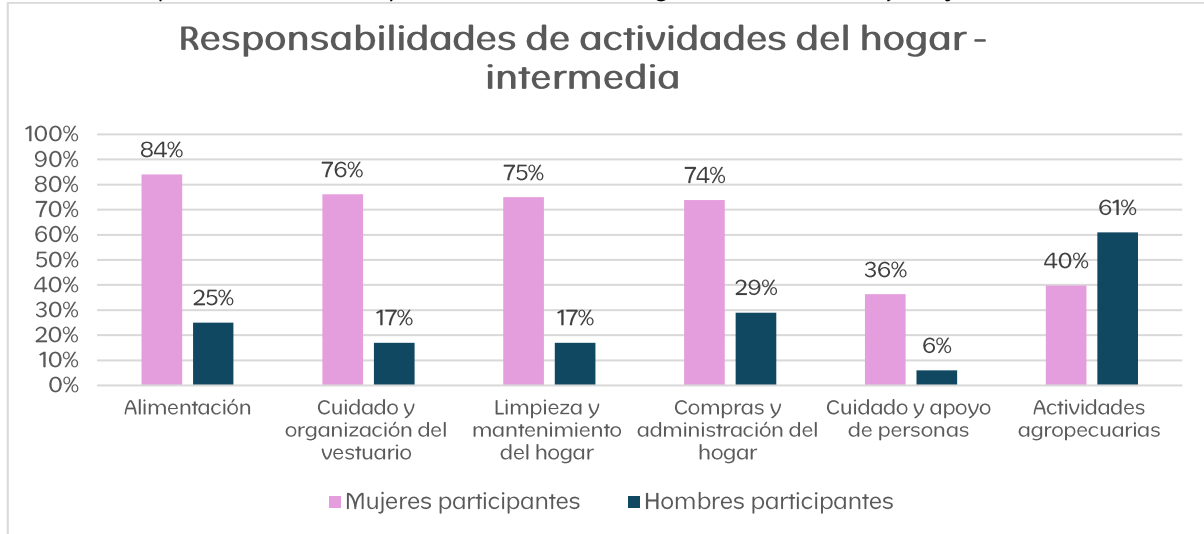
Al analizar la distribución de responsabilidades, se observa que las mujeres continúan asumiendo la mayor parte de las tareas del hogar, mientras que los hombres se encargan predominante de las actividades agropecuarias. No hubo mayores cambios en el número de participantes que asumieran responsabilidades en ambos géneros; hubo un aumento de 2 puntos porcentuales en el número de mujeres que ahora son responsables de la actividad agropecuaria.

Gráfica 26. Comparación de las responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres en línea inicial



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Gráfica 27. Comparación de las responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres en línea intermedia



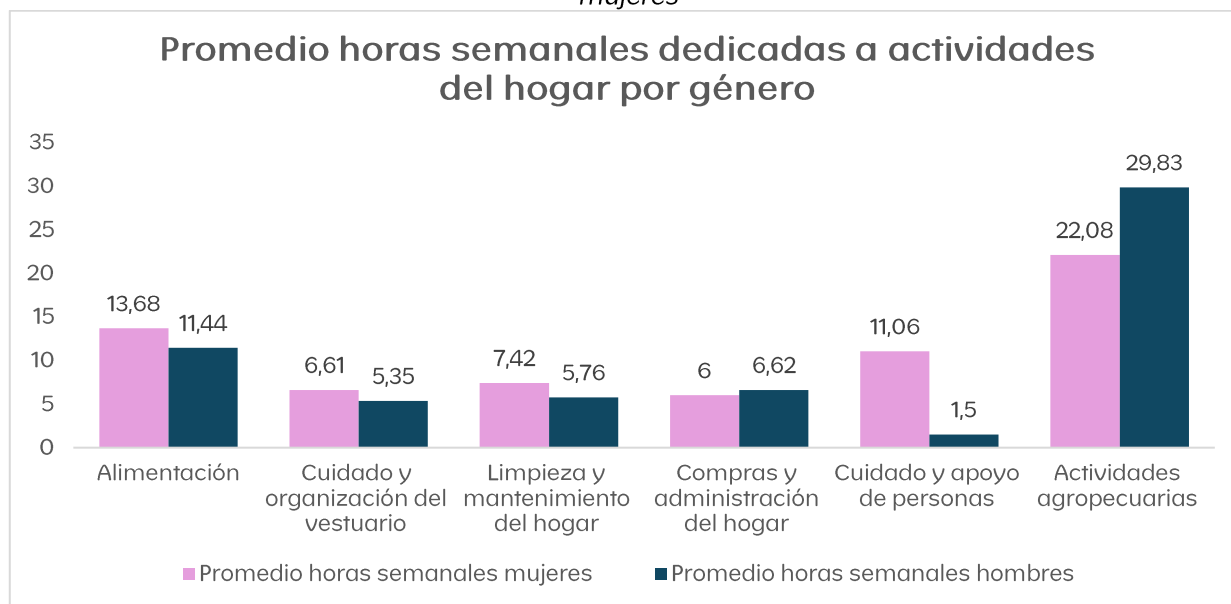
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Al analizar el número promedio de horas semanales dedicadas por cada género, se observan disparidades importantes en las horas destinadas al cuidado y apoyo de personas. Las mujeres dedican aproximadamente 11 horas, mientras que los hombres solo 1.5 horas. En actividades agropecuarias, los hombres dedican casi 30 horas, mientras que las mujeres dedican cerca de 21 horas.³

Aunque más mujeres informan en la línea intermedia ser responsables de tareas como alimentación, limpieza del hogar, cuidado y organización del vestuario, así como compras y administración del hogar, las diferencias en la intensidad promedio de horas semanales dedicadas a estas actividades entre géneros no son significativas. Esto indica que, a pesar de que las mujeres asumen más responsabilidades, no hay una disparidad notable en el tiempo dedicado a estas tareas en comparación con los hombres que también participan en ellas.

³ Para la línea base inicial, no se tomó información sobre las horas en promedio dedicadas a las actividades del hogar, por lo que no hay información precisa para comparar intensidad en horas a la semana para estas actividades. Motivo por el cual, la información para el monitoreo y seguimiento del marco lógico se brindará para la medición de la línea de salida.

Gráfica 28. Comparación del promedio de horas semanales dedicadas a actividades del hogar entre hombres y mujeres



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Toma de decisiones

En relación con la toma de decisiones en el hogar en las distintas dimensiones las respuestas con mayor frecuencia en la línea inicial e intermedia se asocian con la toma de decisiones en pareja y a nivel individual⁴.

Al desagregar la toma de decisiones por género, se evidencia que el comportamiento de hombres y mujeres cambia de manera diferente entre la línea base inicial y la intermedia. En el caso de las mujeres, la mayoría de ellas (en promedio, 49%) en la línea inicial tomaba por sí misma las decisiones del hogar, aunque un porcentaje importante las tomaba en pareja (en promedio, 46%). No obstante, este comportamiento cambia para la línea intermedia, donde la mayoría pasa a tomar las decisiones en pareja (en promedio, 54%), seguida de aquellas que las toman por sí mismas (en promedio, 41%). Las categorías donde más se evidencia este cambio son las decisiones sobre cuántos vegetales cultivados se venden o se mantienen para autoconsumo, el lugar de residencia y la forma en que se gastan los ingresos.

Respuestas de las mujeres participantes (87)	Inicial				Intermedia			
	Mi pareja	Otro miembro de la familia	Pareja en conjunto	Yo (persona respondiente)	Mi pareja	Otro miembro de la familia	Pareja en conjunto	Yo (persona respondiente)
¿Quién suele decidir sobre el uso de la tierra en la que habita?	5%	7%	41%	47%	1%	6%	54%	39%

⁴ Las opciones de respuesta del formulario de la línea intermedia se simplificaron a **cuatro categorías** (las que se ven en la tabla) para la **toma de decisiones**. Como en la línea inicial había más opciones de respuesta, estas se ajustaron a las cuatro categorías de la línea intermedia para facilitar la comparación entre ambos momentos. Por lo tanto, los cambios observados podrían estar sesgados por la modificación en la medición de las respuestas de los participantes.

¿Quién suele decidir sobre el lugar de residencia?	2%	1%	45%	52%	1%	3%	54%	41%
¿Quién suele decidir sobre adecuaciones, reparaciones O remodelaciones del hogar?	2%	5%	44%	49%	1%	6%	53%	40%
¿Quién suele decidir sobre iniciativas productivas o empleo en el hogar?	2%	1%	48%	48%	2%	6%	53%	39%
¿Quién suele decidir cuánto de lo producido en la unidad productiva se mantendrá para el consumo en el hogar y cuánto se venderá?	2%	2%	45%	47%	2%	5%	53%	40%
¿Quién suele decidir cuánto de los vegetales cultivados (en la huerta casera) por el hogar se mantendrá para autoconsumo y cuánto se venderá?	2%	2%	46%	49%	2%	6%	54%	38%
¿Quién suele decidir sobre el gasto de los ingresos en el hogar?	2%	0%	48%	49%	2%	6%	53%	39%
¿Quién suele decidir cómo gastar los ingresos que usted aporta al hogar?	3%	0%	47%	49%	1%	3%	54%	41%
¿Quién suele decidir cómo gastar los ingresos que su pareja aporta al hogar?	3%	0%	46%	48%	2%	2%	53%	41%
¿Quién suele decidir sobre hacer compras pequeñas como alimentos u otras necesidades	1%	0%	47%	49%	0%	1%	53%	46%

menos costosas?								
¿Quién suele decidir sobre hacer compras más costosas como nuevos animales o electrodomésticos?	1%	0%	49%	49%	0%	1%	55%	44%
¿Quién suele decidir sobre los gastos mayores, como compras, arrendamientos o cambio de residencia?	1%	1%	48%	48%	0%	2%	56%	41%
¿Quién suele decidir a qué miembros de la familia visitar y cuándo visitarlos?	0%	1%	47%	52%	0%	1%	55%	44%
¿Quién suele decidir a qué centros de salud llevar a su/s hijo/s para recibir atención médica en caso de enfermarse?	0%	2%	46%	46%	0%	2%	55%	43%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En el caso de los hombres, en la línea inicial, la mayoría tomaba las decisiones en pareja en el hogar (en promedio, 49%), y una parte importante (en promedio, 46%) lo hacía por sí mismos. No obstante, para el momento de la recolección de datos de la línea intermedia, este comportamiento se invierte, y más hombres pasan a tomar las decisiones por ellos mismos (en promedio, 52%). Mientras que los hombres que toman las decisiones en pareja disminuyen en promedio a un 45%. Aspecto que sugiere que las brechas de género en la toma de decisiones en el hogar han incrementado, entendiendo que los participantes del proyecto son, en una ligera mayoría, hombres.

Tabla 11. Toma de decisiones en el hogar de los hombres en línea base inicial e intermedia

Respuestas de los hombres participantes (101)	Inicial				Intermedia			
	Mi pareja	Otro miembro de la familia	Pareja en conjunto	Yo	Mi pareja	Otro miembro de la familia	Pareja en conjunto	Yo
Uso de la tierra en la que habita	2%	1%	43%	53%	0%	0%	45%	53%
Lugar de residencia	1%	2%	48%	49%	0%	1%	45%	52%

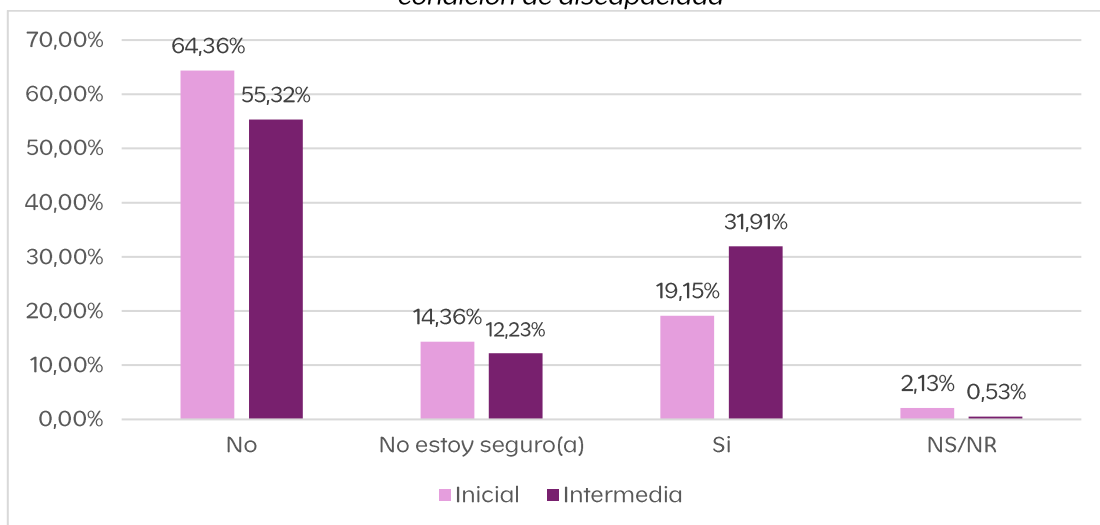
Adecuaciones, reparaciones o remodelaciones del hogar	3%	1%	49%	47%	0%	0%	46%	52%
Iniciativas productivas o empleo en el hogar	2%	2%	50%	46%	0%	0%	46%	52%
Cuánto de lo producido en la unidad productiva se mantendrá para el consumo en el hogar y cuánto se venderá	1%	3%	50%	44%	0%	0%	46%	52%
Cuánto de los vegetales cultivados (en huerta casera) por el hogar se mantendrá para autoconsumo y cuánto se venderá	3%	1%	48%	46%	0%	0%	46%	52%
Gasto de los ingresos en el hogar	2%	1%	50%	46%	0%	0%	46%	52%
Forma de gastar los ingresos que usted aporta al hogar	1%	0%	50%	47%	0%	0%	46%	52%
Forma de gastar los ingresos que su pareja aporta al hogar	1%	0%	51%	44%	0%	0%	46%	52%
Compras pequeñas como alimentos u otras necesidades menos costosas	1%	0%	50%	48%	0%	0%	46%	52%
Compras más costosas como nuevos animales o electrodomésticos	1%	0%	50%	47%	0%	0%	46%	52%
Gastos mayores, como compras, arrendamientos o cambio de residencia	1%	0%	51%	47%	0%	0%	46%	52%
Miembros de la familia que se visitan y cuándo	1%	0%	52%	45%	0%	0%	46%	52%
Centros de salud llevar a su/sus hijo/s para recibir atención médica en caso de enfermarse	1%	0%	49%	45%	0%	0%	45%	51%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base junio-agosto de 2024.

Discapacidad

Al analizar la información se identifica un incremento en el número de participantes que se encuentran familiarizados con servicios y programas disponibles para personas mayores y/o población en condición de discapacidad. Estos datos pueden atribuirse a los procesos de sensibilización en relación con estos temas que incluyen las rutas de atención y la divulgación de los programas para la atención de la población vulnerable.

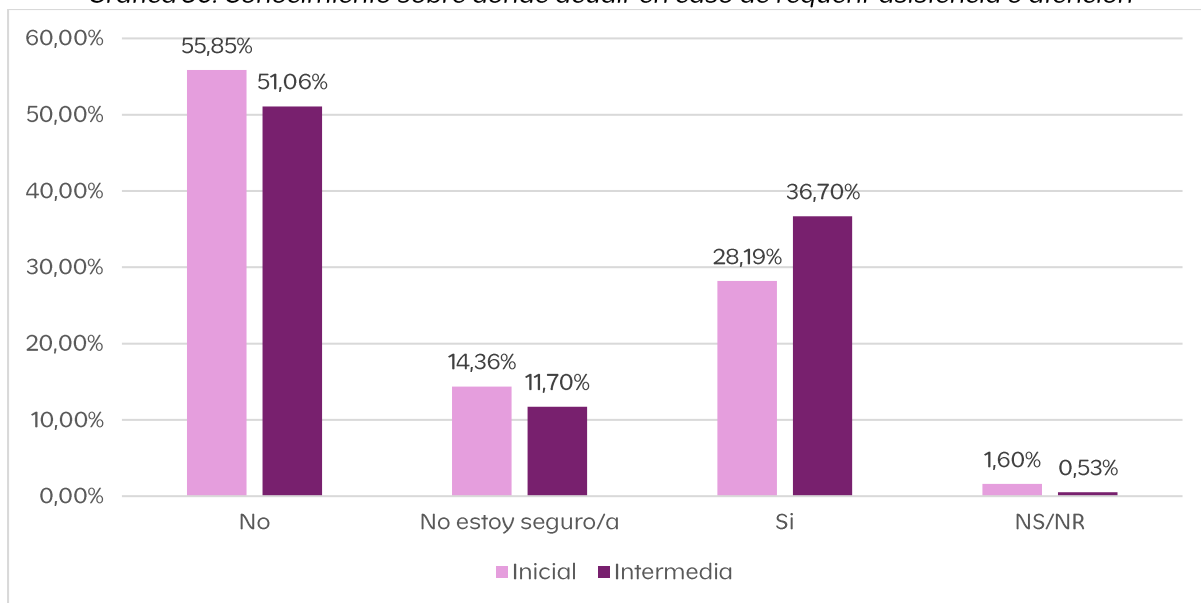
Gráfica 29. Familiaridad con programas y servicios disponibles para población mayor o en condición de discapacidad



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Así mismo, incrementó el número de participantes que conocen a dónde acudir en caso de necesitar asistencia o atención para mujeres, personas mayores y/o en condición de discapacidad; pasando del 28.19% al 36.70%.

Gráfica 30. Conocimiento sobre dónde acudir en caso de requerir asistencia o atención



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

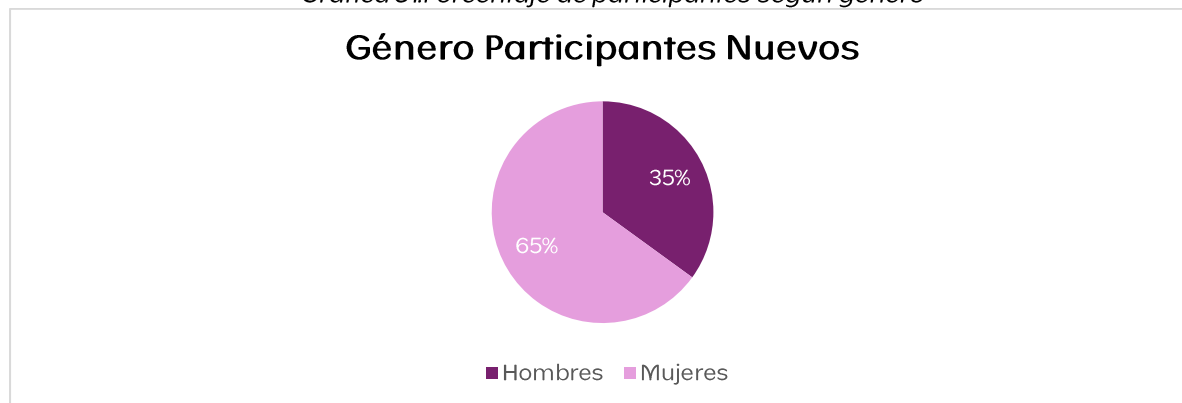
Los(as) participantes continúan considerando que la información sobre los servicios y recursos para personas mayores y en condición de discapacidad no es fácilmente accesible y comprensible. Los datos arrojan cifras constantes y sin mayores cambios, donde el 47.87%, en ambas mediciones, indican que este tipo de información no cumple con estas características de accesibilidad. Aspecto que sugiere la necesidad de adecuar los espacios formativos, así como los recursos para que tanto la población mayor y en condición de discapacidad, como personas del común puedan comprender las rutas, recursos y servicios de atención.

Caracterización nuevos participantes

Caracterización básica

Género

Gráfica 31. Porcentaje de participantes según género



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

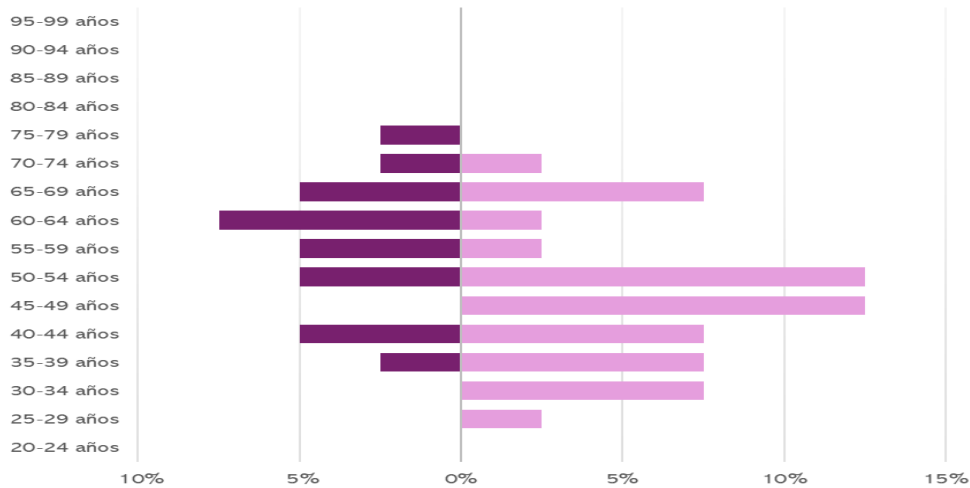
Al hacer un análisis comparativo de género de los participantes en el primer levantamiento y el grupo de los 41 nuevos integrantes se revelan cambios significativos en la composición de género. Mientras que en el primer levantamiento de 229 personas se observaba una ligera mayoría de mujeres (50.2%) frente a los hombres (49.7%), la proporción de mujeres entre los nuevos participantes aumenta a un 65%, con los hombres representando solo un 35%.

Edad

El grupo etario más representativo de la población es el de 60 a 64 años, que abarca el 11% del total. El 32% de los nuevos participantes son mayores de 58 años. Estos datos reflejan una mayor participación de mujeres en este rango de edad dentro de la población analizada.

Gráfica 32. Distribución por grupos etarios y género

PIRÁMIDE POBLACIONAL



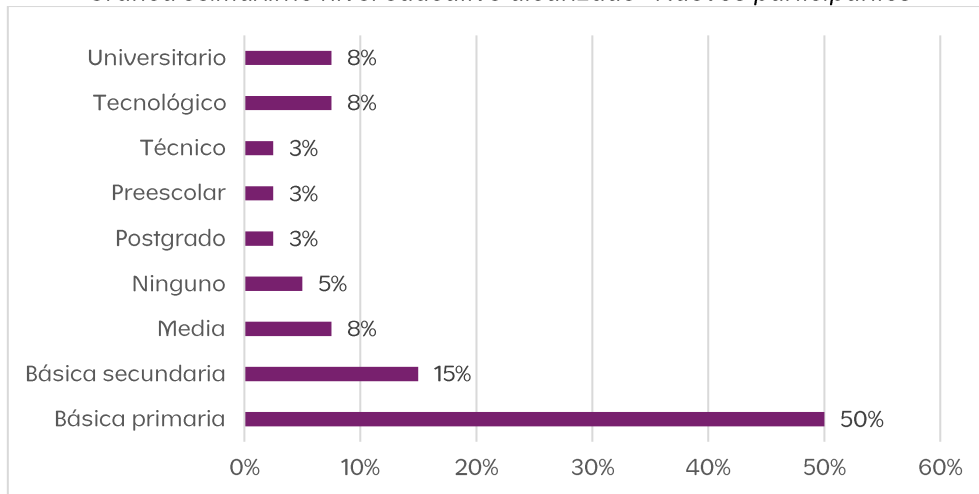
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Alfabetización

Al preguntar si saben leer y escribir, el 100% de los nuevos participantes respondió sí hacerlo.

Nivel educativo

Gráfica 33. Máximo nivel educativo alcanzado - Nuevos participantes



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

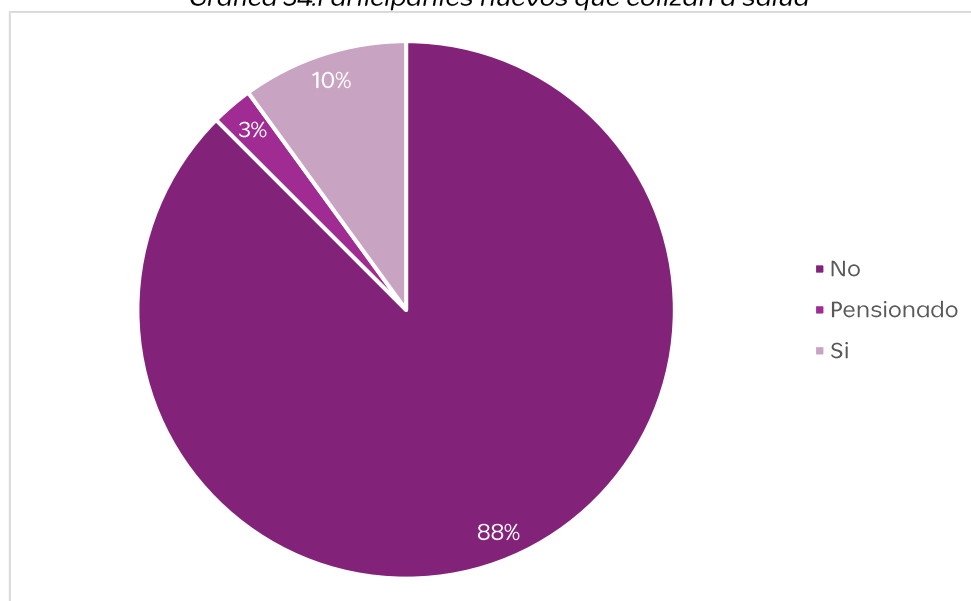
La mitad de los nuevos participantes alcanzó como nivel máximo educativo la escuela básica primaria, seguido de un 15% que culminó la secundaria. Un 8% de la población alcanzó la universidad y otro 8% obtuvo un título tecnológico. El 3% de los participantes llegó a nivel de posgrado, mientras que el 5% no cuenta con ningún estudio. El porcentaje restante se distribuye entre niveles técnicos, preescolar y educación media.

Afiliación a salud y pensión

Del total de los 40 participantes nuevos, 38 de ellos se encuentran afiliados al sistema de salud.

En cuanto a cotización a un fondo de pensión, el 88% reporta no estar cotizando a un fondo de pensión, frente a un 10% que sí lo hace, y un 3% que ya se encuentra pensionado (1 persona).

Gráfica 34. Participantes nuevos que cotizan a salud



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Programas sociales

El 97,5% de los(as) nuevos(as) participantes no ha sido beneficiario de programas sociales o transferencias condicionadas en los últimos dos años. Solo el 2,5% ha recibido estos apoyos, los cuales han sido otorgados a través del Programa Familias en Acción.

Víctimas de conflicto armado

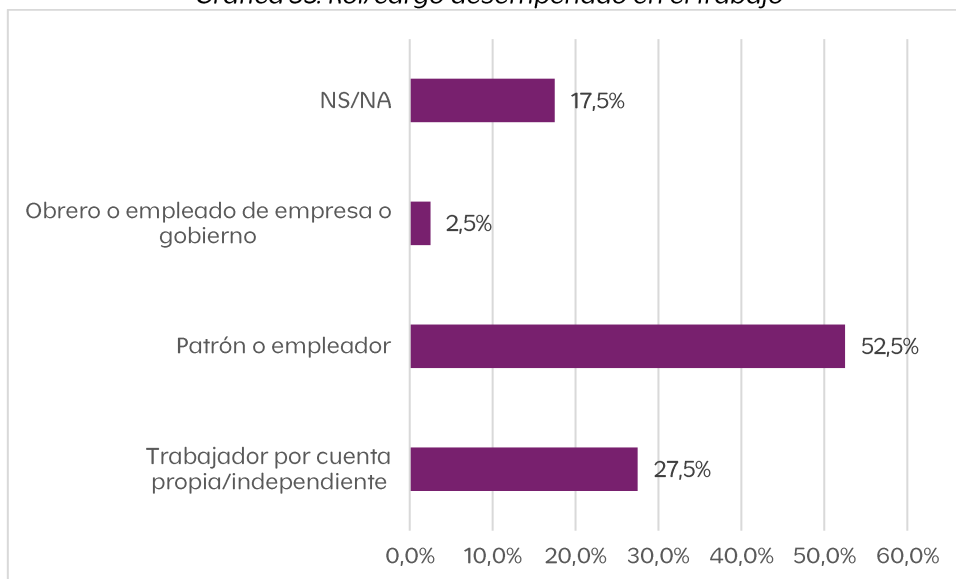
El 100% de los participantes respondió no ser víctima de conflicto.

Actividad principal

Al preguntar a los(as) nuevos participantes sobre la actividad realizada la semana anterior a la encuesta, cinco mujeres indicaron que se dedicaron a los oficios del hogar. Por otro lado, 33 personas (82% de los participantes), entre hombres y mujeres, reportaron estar trabajando, mientras que dos personas no respondieron la pregunta. Se encontró que el 90% trabaja en agricultura, un 5% en comercio, un 3% en transporte y otro 3% no trabaja.

En cuanto al rol que desempeñan en sus actividades laborales, el 52,5% indicó ser patrón o empleador, seguido de un 27,5% que se identificó como trabajador independiente. El 18% no respondió y el 3% reportó ser empleado de empresa o gobierno, o trabajar como obrero.

Gráfica 35. Rol/cargo desempeñado en el trabajo



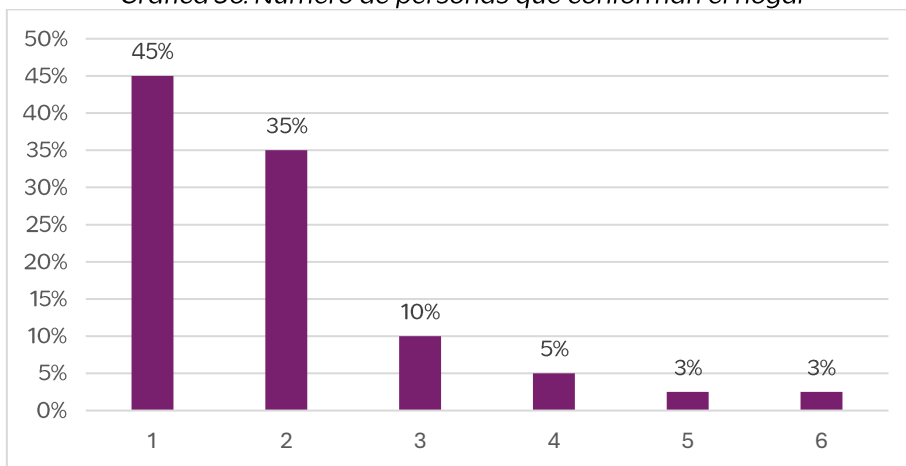
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En cuanto a los días laborales semanalmente, la mayoría de los nuevos participantes (48%) respondió que trabaja 7 días a la semana, seguido de un 23% que trabaja 5 días y un 5% que trabaja 6 días a la semana. El porcentaje restante se distribuye entre un 13% que trabaja 4 días, un 8% que trabaja 3 días y un 5% que no respondió.

Al preguntar si alguno tiene una discapacidad que le impida realizar las actividades diarias, el 97.5% respondió que no.

Hogares

Gráfica 36. Número de personas que conforman el hogar



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

La mayoría de los hogares están conformados por una sola persona (45%) o dos personas (35%). En menor medida, un 10% de los hogares está compuesto por tres personas, mientras que un 5% tiene cuatro. Además, el 3% de los hogares tiene cinco miembros y otro 3% cuenta con seis. Estos datos indican que la mayoría de las unidades familiares son pequeñas, con un predominio de hogares unipersonales y bipersonales.

Al preguntar por el parentesco con el jefe o jefa del hogar, el 97,5% de los encuestados indicó ser el propio jefe o jefa del hogar, mientras que el porcentaje restante corresponde a la pareja, cónyuge, compañera o esposa.

Gastos hogar

Tabla 12. Categorías gastos mensuales

Gastos mes	# de respuestas
0 - \$499.999	12
\$500.000 - \$999.999	17
\$1.000.000 - \$1.499.999	7
\$1.500.000 - \$1.999.999	2
\$2.000.000 - \$2.499.999	2

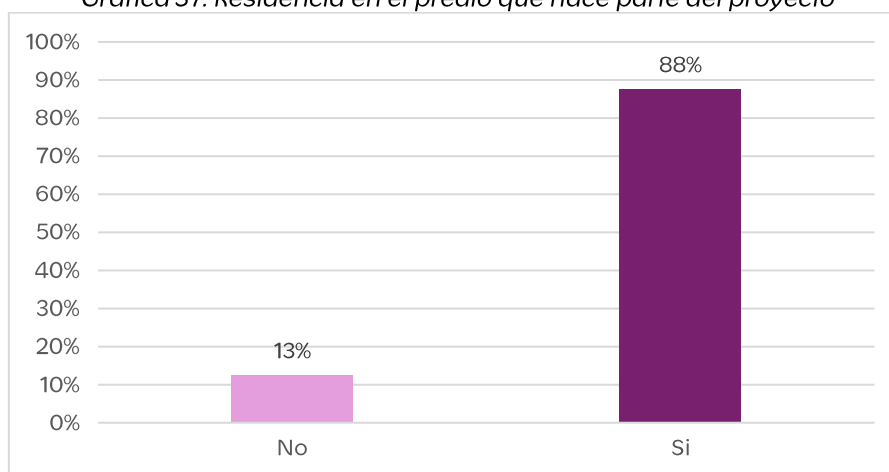
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Al analizar los gastos mensuales de los participantes nuevos, se observa que el 42% reporta un gasto mensual entre \$500.000 y \$1.000.000. En promedio, todos los participantes nuevos gastan \$835.944 al mes, de los cuales el 53% de este gasto se destina a alimentación (\$477.000 en promedio).

Vivienda y acceso a servicios

Vivienda

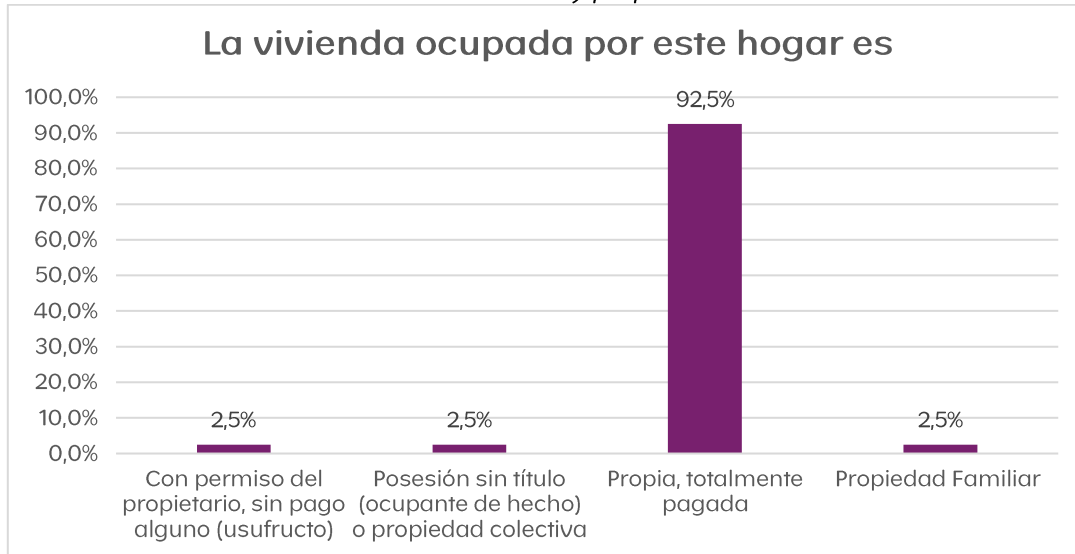
Gráfica 37. Residencia en el predio que hace parte del proyecto



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Al preguntar si las personas viven en el predio bajo estudio, el 88% dijo sí hacerlo, frente a un 13% que no lo hace. Para efectos del proyecto resulta pertinente conocer la forma en la que los(as) participantes hacen uso de estos predios, por lo cual la forma de tenencia de la tierra es pertinente. En este sentido, el 92,5% de los(as) nuevos participantes es dueño/a de su vivienda. El 7,5% restante se distribuye en porcentajes iguales entre aquellos que viven en una vivienda con permiso del propietario sin pago alguno, quienes tienen posesión sin título y aquellos que cuentan con una vivienda de propiedad familiar. Estos datos reflejan un alto nivel de formalización en la forma y tenencia de la tierra y la propiedad entre los participantes.

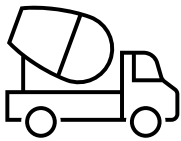
Gráfica 38. Forma de tenencia y propiedad de la vivienda



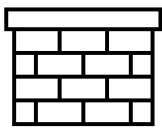
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En relación con el estrato socioeconómico, el 100% de los encuestados pertenece a estratos bajos. De ellos, el 80% se encuentra en el estrato 1, mientras que el 20% se clasifica en el estrato 2.

Materiales de la vivienda



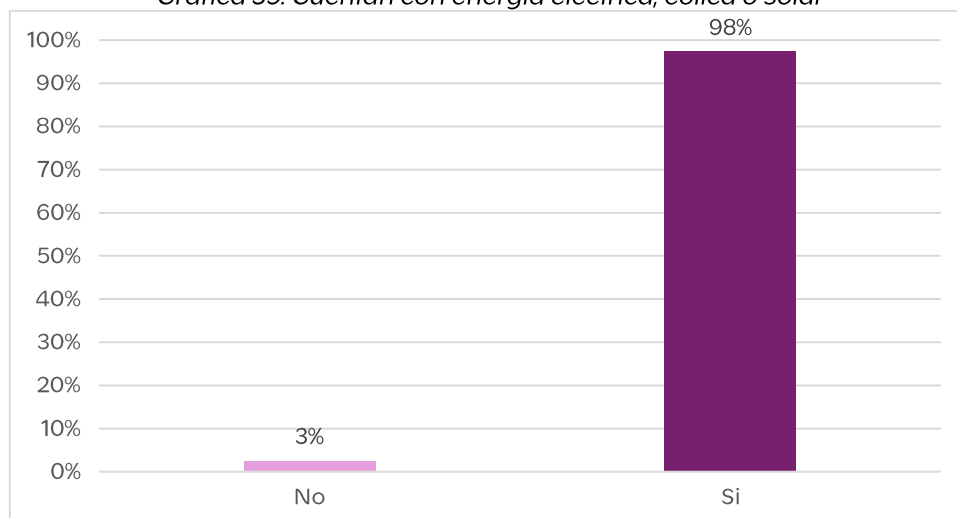
El 90% de los nuevos participantes habita en casas con pisos en cemento y gravilla, seguidos por un 5% que reside en viviendas de baldosa, ladrillo y otros materiales sintéticos. El 6% restante se distribuye de manera equitativa entre aquellos que viven en casas predominantemente de madera y quienes habitan en viviendas de tierra y/o arena. Estos datos indican que la mayoría de los hogares están contruidos con materiales más resistentes y duraderos.



En cuanto a las paredes exteriores, el 85% de las viviendas están contruidas con bloque, ladrillo, piedra o madera pulida. El 15% restante se distribuye equitativamente entre materiales como madera, tabla, tablón, material prefabricado, tapia pisada o adobe. Estos datos reflejan que la mayoría de las viviendas utilizan materiales duraderos, mientras que un menor porcentaje emplea materiales como material prefabricado (5%), madera burda, tabla y tablón (5%), tapia pisada, adobe (5%).

Acceso a servicios

Gráfica 39. Cuentan con energía eléctrica, eólica o solar



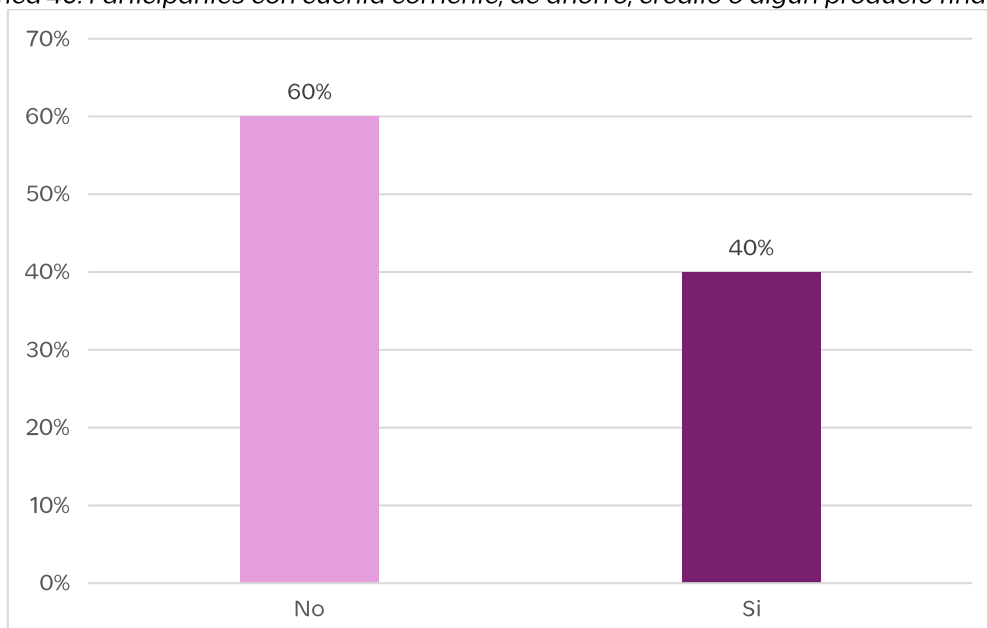
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El 97,5% de los(as) nuevos(as) participantes cuenta con acceso a energía en su hogar, ya sea a través de fuentes eléctricas, eólicas o solares. Esto indica un alto nivel de cobertura energética. Así mismo, el 97,5% de los nuevos participantes cuenta con servicio de gas conectado a la red pública.

En cuanto a si el servicio de energía llega hasta el predio en dónde se realiza el proyecto, el 90% de las personas respondieron que sí, un 8% no. El porcentaje restante no responde.

Crédito y ahorro

Gráfica 40. Participantes con cuenta corriente, de ahorro, crédito o algún producto financiero



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Al indagar sobre si los(as) participantes tienen alguna cuenta corriente, de ahorro, crédito o algún producto con algún banco o entidad financiera, el 60% respondió que no, mientras que el 40% indicó que sí cuenta con alguno de estos productos. El hecho de que solo el 40% de los participantes tenga acceso a productos financieros formales, como cuentas de ahorro o crédito, refleja un nivel bajo de inclusión financiera dentro del grupo de nuevos(as) participantes.

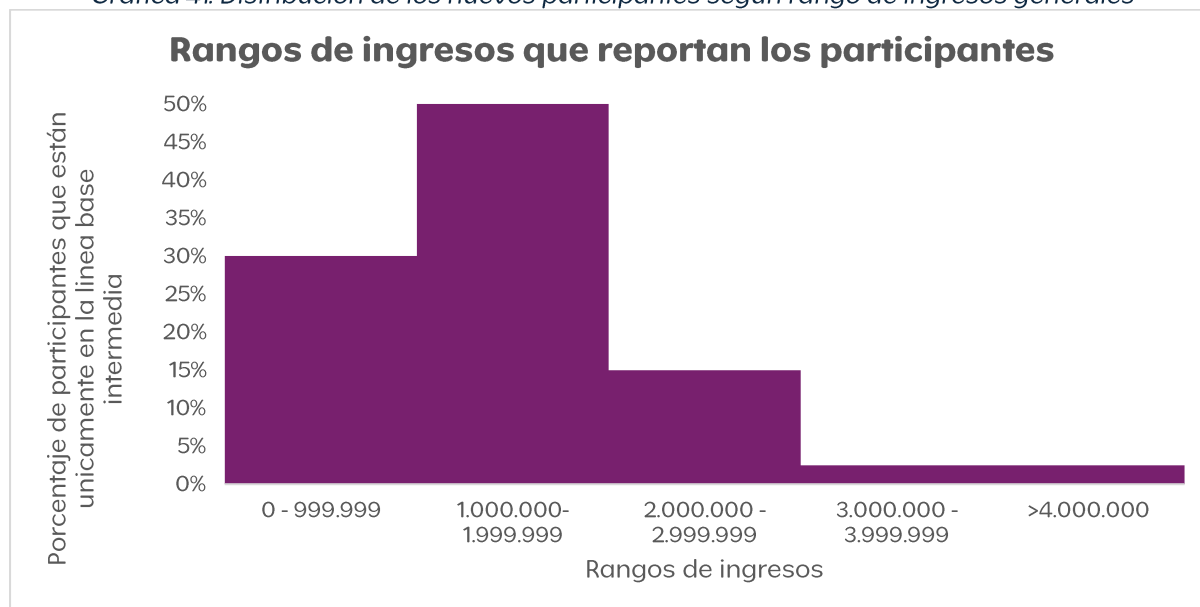
En cuanto a créditos informales, el 97,5% reportó no tener ningún crédito con casas de empeño, proveedores de insumos, prestamistas particulares, amigos, vecinos o familiares.

Producción e ingresos

Ingresos que reportan los participantes

Los ingresos de los(as) nuevos(as) participantes registrados en la recolección de línea base intermedia son de \$1.293.750 de pesos, con un 80% de ellos concentrándose en rangos de ingresos inferiores a \$2.000.000 de pesos.

Gráfica 41. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos generales

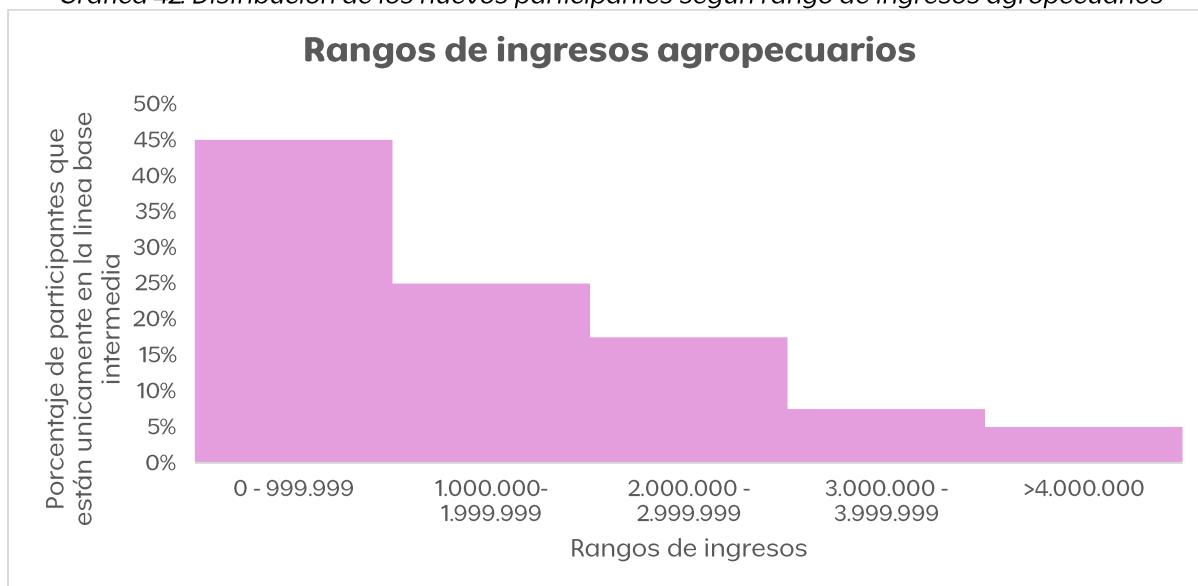


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Ingresos agropecuarios de los participantes

El promedio de ingresos agropecuarios es de \$1.404.000 pesos, con el 70% de los(as) participantes reportando ingresos inferiores a \$2.000.000. A medida que los rangos de ingresos aumentan, hay una disminución en el número de participantes que reportan mayores ingresos. Esto contrasta con los ingresos reportados, que aumentan hasta el rango de \$1.000.000 a \$2.000.000 antes de caer.

Gráfica 42. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos agropecuarios



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Línea agrícola cacao

Tabla 13. Datos de la producción e ingresos del cacao de los nuevos participantes

Datos de producción cacao participantes nuevos ⁵	
Número de participantes que reportan cacao	34
Número de participantes que registran producción en primer semestre 2024	28
Producción promedio por productor (kg)	469
Desviación estándar	301
Producción total	13120
Productividad (kg/ha)	230
Ingresos promedios netos durante el primer semestre	\$ 9.005.000
Desviación estándar	5980796
Ingresos promedios netos mensuales	\$ 1.277.000
Ingresos totales netos de la línea	\$ 252.125.000

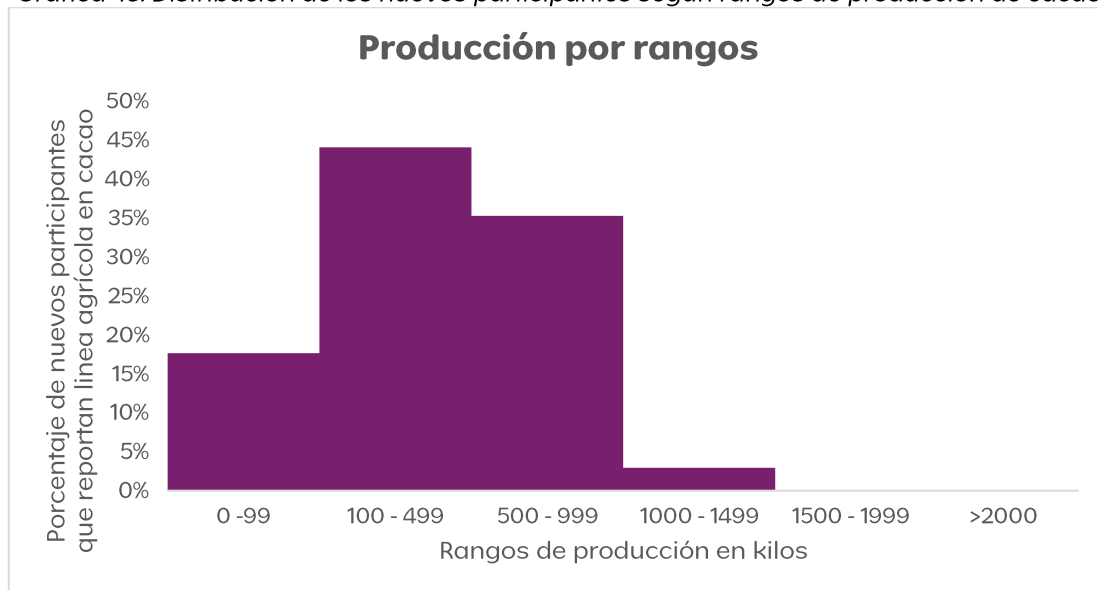
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

De los 40 nuevos participantes registrados en la línea base intermedia, el 85% reporta tener producción en la línea agrícola de cacao, con una producción promedio de 469 kg por productor durante este primer semestre y una productividad de 230 kg por hectárea. El ingreso promedio neto por participante es

⁵ El principal periodo de referencia en la recolección de datos de producción de cacao fue el primer semestre de 2024. No obstante, hay 18 participantes que reportaron datos de los 2 últimos meses de 2023. Para ellos, se realizó la división entre 8 meses para tratar de obtener ingresos mensualizados. A los otros participantes, la mensualización se obtuvo dividiendo entre 6.

de \$9.000.000 pesos, que mensualmente se traduce en \$1.277.000 pesos. En promedio, destinan 2.6 hectáreas para producir cacao.

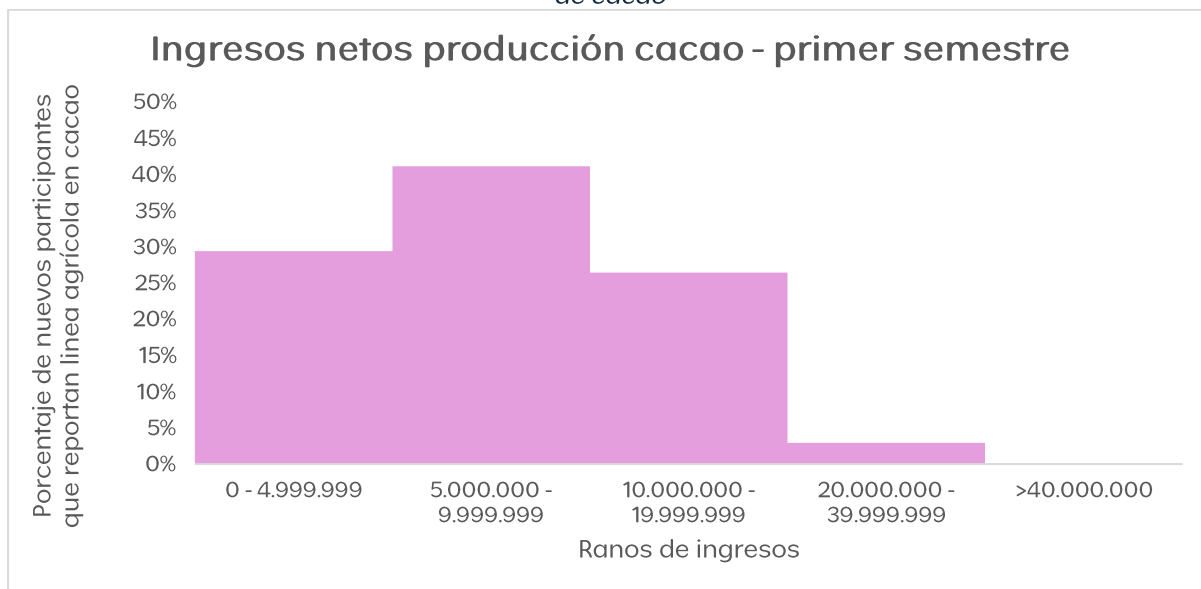
Gráfica 43. Distribución de los nuevos participantes según rangos de producción de cacao



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El 79% de los(as) productores(as) manifiestan tener producciones entre 100 kg y 1.000 kg durante el ciclo. El principal destino de producción del cacao es la venta a comercializadores, donde el 94% de los participantes lo venden.

Gráfica 44. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos netos por producción de cacao



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El rango de ingresos con mayor frecuencia de datos se encuentra entre \$5,000,000 pesos y \$9,999,999 pesos, con un 41% de los participantes. Cabe destacar que los rangos entre \$0 y \$4,999,999 y \$10,000,000 y \$19,999,999 tienen porcentajes

similares de participantes (29% y 26% respectivamente). El número de participantes con ingresos superiores a \$20.000.000 de pesos es mucho menor (3%).

Línea agrícola cítricos

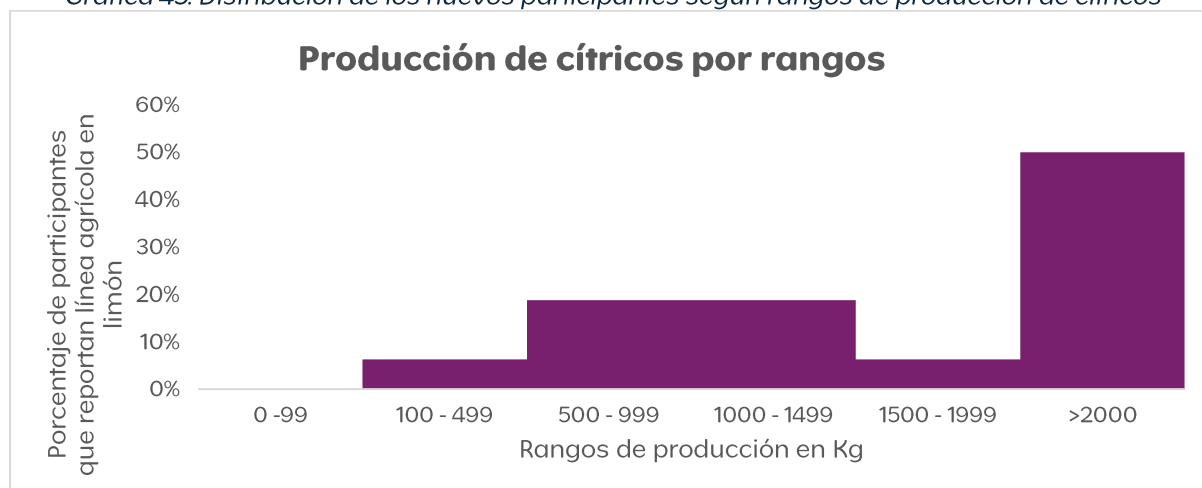
Tabla 14 Datos de la producción e ingresos de cítricos de los nuevos participantes

Datos de producción cítricos participantes nuevos	
Número de participantes que reportan cítricos	18
número de participantes que registran producción en primer semestre 2024	16
Producción promedio por productor (kg)	3454
desviación estándar	3092
Producción total (kg) de línea productiva	55275
Productividad (kg/ha)	3153
ingresos promedios netos ciclo primer semestre 2024	\$ 3.295.000
desviación estándar	2695082
ingresos mensuales netos promedios	\$ 549.224
ingresos totales netos de la línea productiva	\$ 52.727.500

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

La línea agrícola de cítricos presenta un 45% de los participantes que reportan esta producción. La producción promedio por productor es de 3.454 kg durante este ciclo, con una productividad de 3.153 kg por hectárea. En promedio, destinan 1.4 hectáreas para la producción de cítricos. Por ciclo, los productores obtienen \$3.295.000 pesos netos, que mensualizados equivalen a 549.000 pesos.

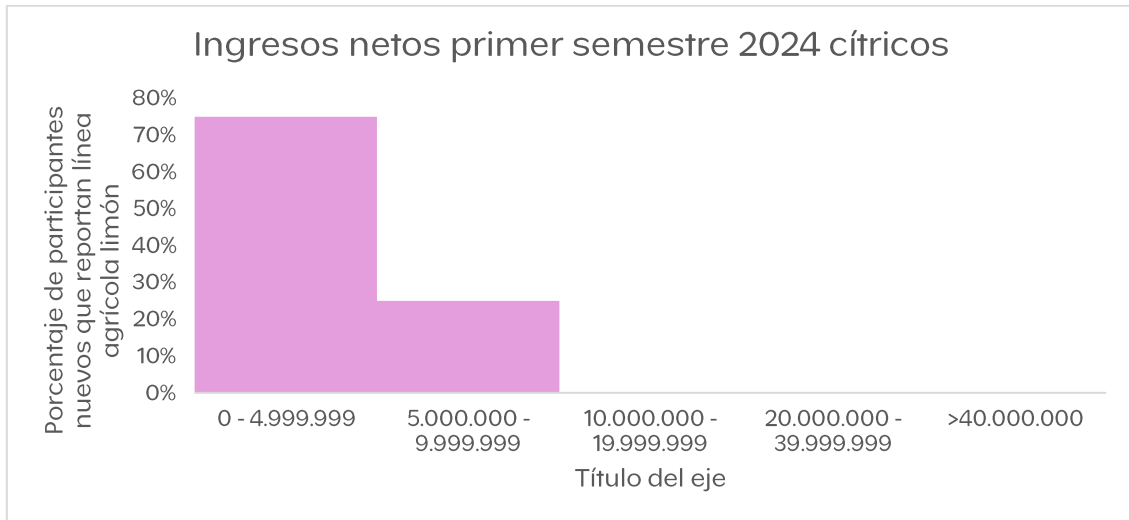
Gráfica 45. Distribución de los nuevos participantes según rangos de producción de cítricos



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Las producciones se concentran en rangos superiores a 2 toneladas durante el ciclo, con un 50% de los participantes produciendo a esos niveles. El principal destino de producción es la venta a comercializadores, donde el 72% de los participantes lo vende, seguido por la venta a centrales de abastos y autoconsumo, con un 17% cada uno.

Gráfica 46. Distribución de los nuevos participantes según rango de ingresos netos por producción de cítricos



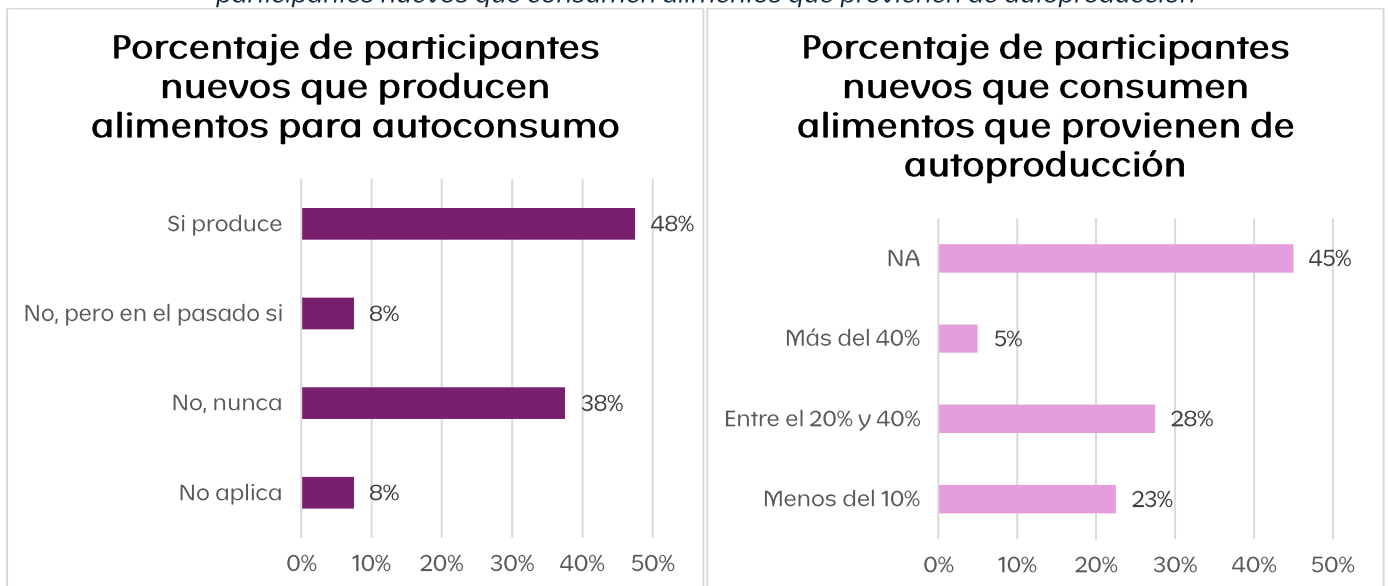
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Los ingresos netos se concentran principalmente en el rango de menos de \$5.000.000, donde se ubica más del 70% de los participantes. El resto se sitúa en un rango de ingresos netos entre \$5.000.000 y \$9.999.999 provenientes de la producción de cítricos.

Autoproducción

El 48% de los(as) participantes nuevos(as) reportan producir alimentos para autoproducción, mientras que el 38% no producen ni han producido alimentos para autoconsumo. El 28% de los participantes reportan auto consumir entre el 20% y 40% de los alimentos que autoproducen, el 23% responde auto consumir menos del 10% y el 5% responde auto consumir más del 40%.

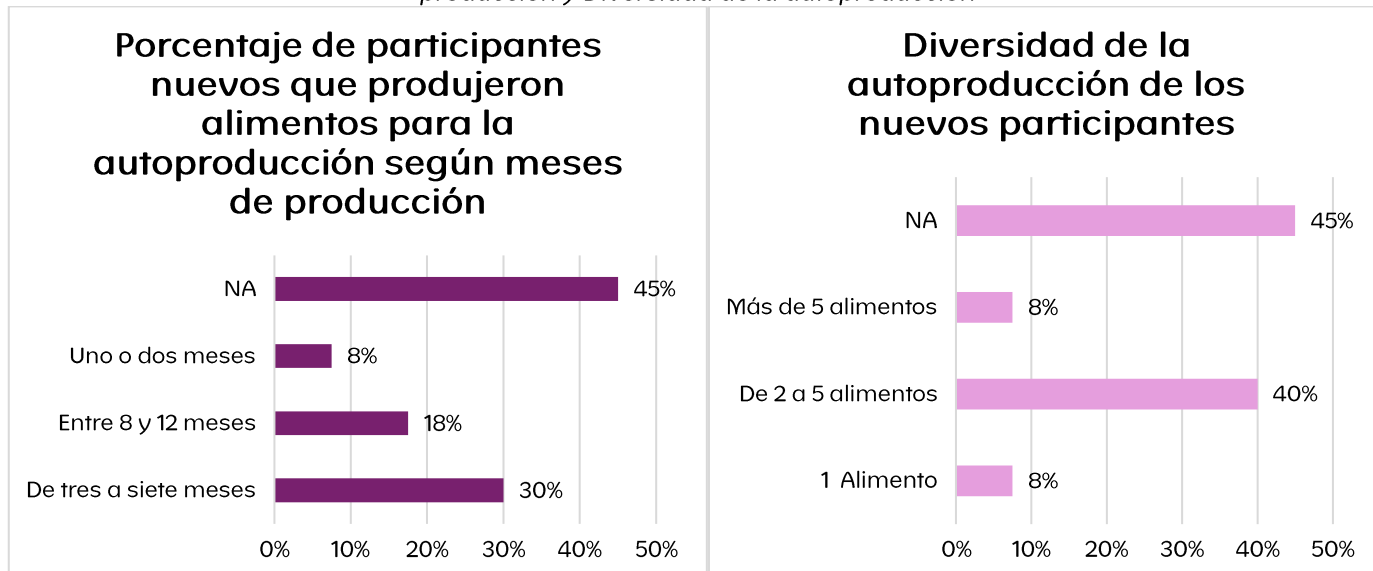
Gráfica 47. Porcentaje de participantes nuevos que producen alimentos para la autoproducción y Porcentaje de participantes nuevos que consumen alimentos que provienen de autoproducción



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El 30% de los(as) participantes responde producir alimentos para autoconsumo entre 3 a 7 meses durante el año y el 18% entre 8 a 12 meses durante el año. El 40% de los(as) nuevos(as) participantes, responde producir entre 2 a 5 alimentos para autoconsumo.

Gráfica 48. Porcentaje de participantes nuevos que produjeron alimentos para la autoproducción según meses de producción y Diversidad de la autoproducción

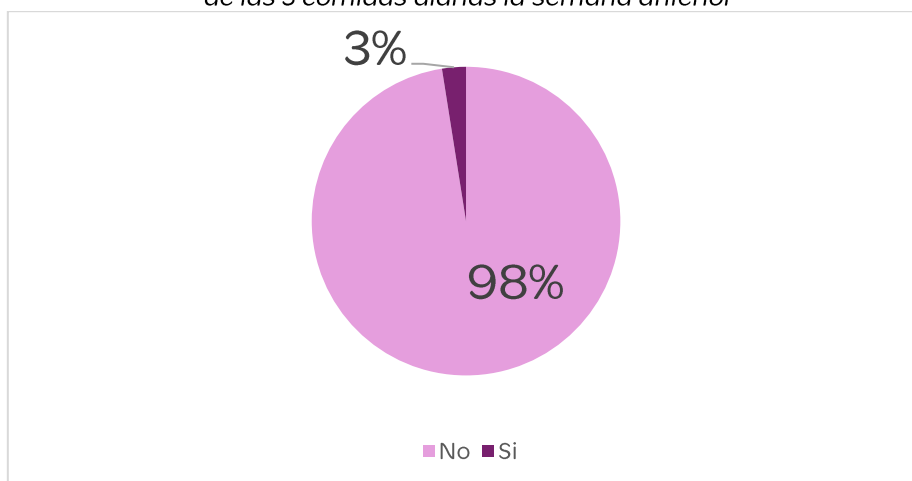


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Alimentación

Casi la mitad de los(as) nuevos(as) participantes (48% o 19 personas) identifican su dieta como monótona y repetitiva, mientras que el 38% la considera diferente algunos días a la semana o todos los días. Por otro lado, es positivo que el 98% de los(as) nuevos(as) participantes come tres veces al día.

Gráfica 49. Porcentaje de participantes que al menos un miembro del hogar no consumió ninguna de las 3 comidas diarias la semana anterior

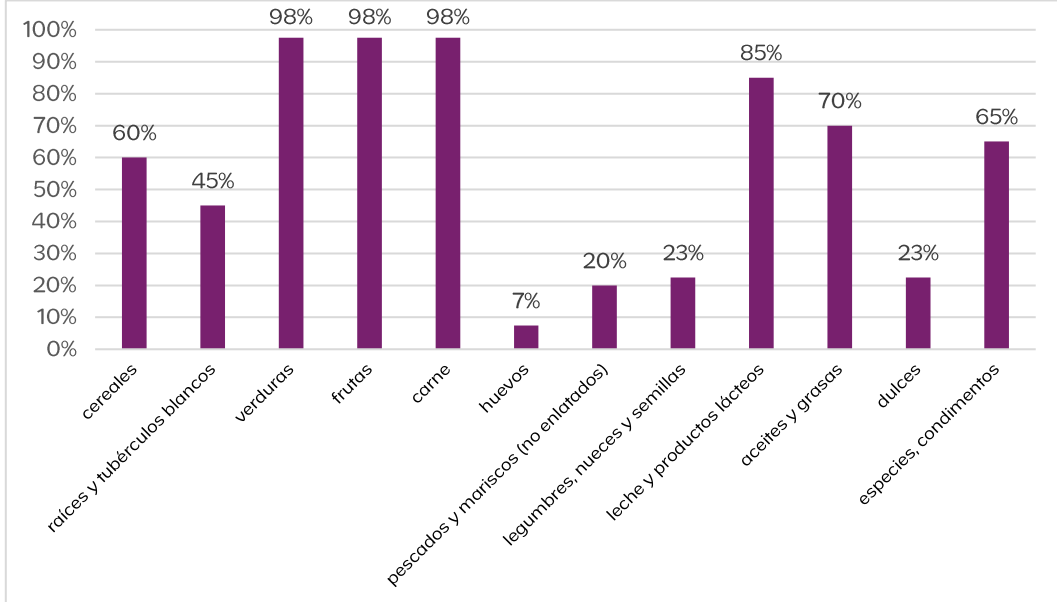


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Los alimentos más comunes que se consumen con cierta frecuencia durante el mes son verduras, frutas y carne, con un 98% de participantes respondiendo

afirmativamente. Otros alimentos como la leche y productos lácteos tienen una frecuencia de consumo del 85%. Sin embargo, el consumo de pescados, legumbres y nueces es menor al 23%, y solo el 7% de los participantes consume huevos con cierta frecuencia.

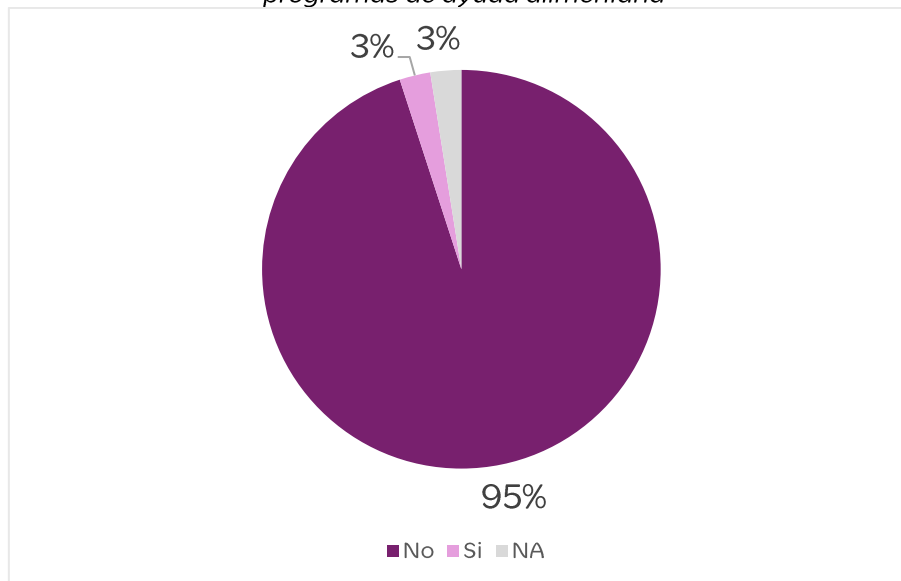
Gráfica 50. Porcentaje de participantes que consumen con cierta frecuencia estos alimentos al mes



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Solamente el 3% de los(as) participantes tiene algún familiar en el hogar que ha sido beneficiado por programas de ayuda alimentaria. Puede ser buen indicio de cierta seguridad alimentaria entre los participantes al no acceder a programas de ayuda alimentaria.

Gráfica 51. Porcentaje de participantes que algún miembro de su hogar ha sido beneficiado por programas de ayuda alimentaria



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Asociatividad

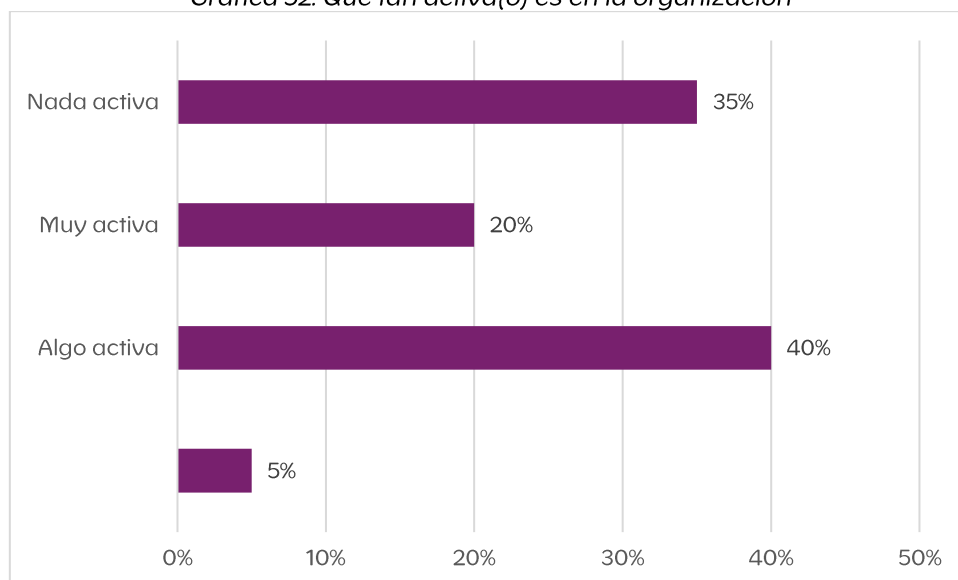
Se evidencia un nivel alto de vinculación de los participantes con asociaciones y organizaciones comunitarias, con un 100% de respuestas afirmativas a la pregunta sobre pertenencia a alguna de estas estructuras. Sin embargo, la participación en espacios de control público y veeduría es baja, con solo un 30% de respuestas positivas, lo que sugiere una limitada incidencia en la supervisión de la gestión pública y el control social. Además, aunque el 60% de los encuestados considera que tiene una participación activa o muy activa en la toma de decisiones dentro de las organizaciones con las que tienen mayor vinculación, solo un 10% vende sus productos o servicios a estas organizaciones, lo que podría indicar una desconexión entre la participación en la gobernanza y las oportunidades económicas derivadas de dicha pertenencia.

Tabla 15. Información sobre el estado de asociatividad de los nuevos participantes

Pregunta	Porcentaje Respuestas positivas
¿Participa en espacios de control público, veeduría, control social, JAC, etc.?	30%
¿Actualmente está vinculado(a) a alguna asociación, organización comunitaria o grupo?	100%
¿Qué tan activa es su participación en la toma de decisiones en la asociación u organización con el que se tiene la vinculación más fuerte?	60% activa o muy activa
¿Le vende a la asociación u organización?	10%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Gráfica 52. Qué tan activa(o) es en la organización



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En lo que respecta a la actividad de los(as) participantes dentro de la organización, la mayoría (40%) se considera algo activa, mientras que un 35% afirma ser nada activa. Solo un 20% de los encuestados se considera muy activa en la organización.

Venta a la organización

El 10% que vende a la organización vende pollo o pollo de engorde.

Sistema participativo de garantías

El 88% de las personas no participa en uno de estos sistemas, y el 13% restante no sabe si lo hace.

Participación comunitaria

Aunque los participantes pertenecen a una asociación productiva para fortalecer la comercialización de sus productos, no se evidencia una mayor participación en diversos espacios como hacer parte de alguna red de conocimiento, participar en redes comerciales, participar en espacios comunitarios o políticos o participar en encuentros de saberes. No obstante, más del 70% si consideran que es importante que las mujeres participen en espacios comunitarios o políticos; lo cual contrasta con el bajo interés en participar en espacios políticos o comunitarios, 8% y 23% respectivamente. Hay una oportunidad para seguir fortaleciendo los lazos sociales y permitir que los productores participen en diversos escenarios comunitarios, para de esta manera fortalecer el tejido social.

Tabla 16. Información sobre el estado de participación comunitaria de los nuevos participantes

Pregunta	Porcentaje Respuestas positivas
¿Ha participado en encuentros de saberes?	13%
¿Ha participado en Yanamas – Mingas?	0%
¿Participa en algún espacio político?	13%
¿Le gustaría participar en un espacio político?	8%
¿Participa en algún espacio comunitario?	35%
¿Le gustaría participar en espacios comunitarios?	23%
¿Considera importante que las mujeres participen en espacios políticos?	73%
¿Considera importante que las mujeres participen en espacios comunitarios?	78%
¿Participa activamente en redes de conocimiento, comerciales?	25%
¿Hace parte de alguna red de conocimiento?	10%

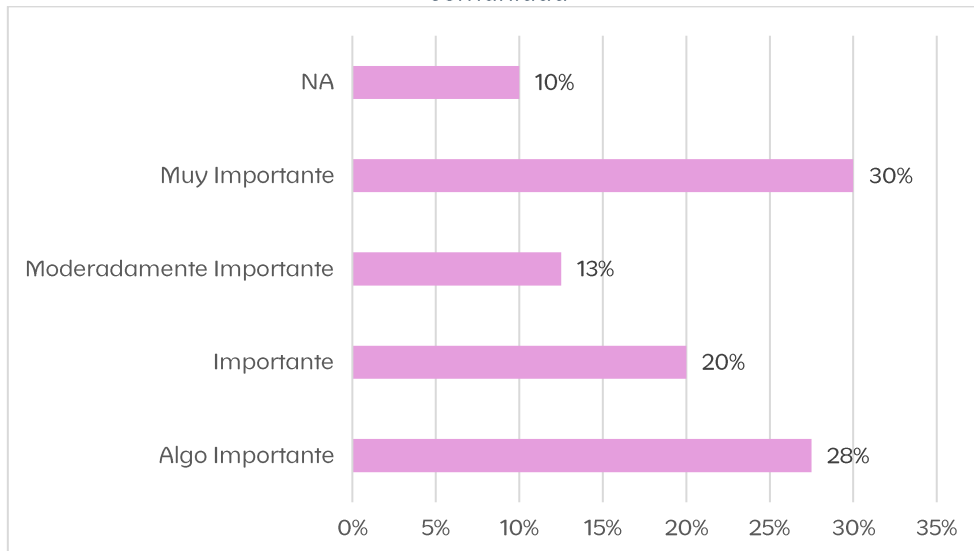
Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Equidad de género y Violencia basada en género

El 30% de los participantes consideran que la equidad de género es "Muy importante", mientras que un 13% la califica como "Moderadamente importante" y un 28% la percibe como "Algo importante", un 20% la evalúa como "Importante", y un 10% no tiene una opinión clara (NA). Esto sugiere que aún existe un segmento de la población que podría beneficiarse de una mayor sensibilización y capacitación para entender mejor la relevancia de la equidad de género en su comunidad. Aun así, el

hecho de que más de la mitad de los(as) nuevo(as) beneficiarios(as) consideren importante la equidad de género es un punto de inicio bastante significativo en comparación con los datos recogidos en la línea de base inicial con los(as) participantes que iniciaron con la implementación del proyecto.

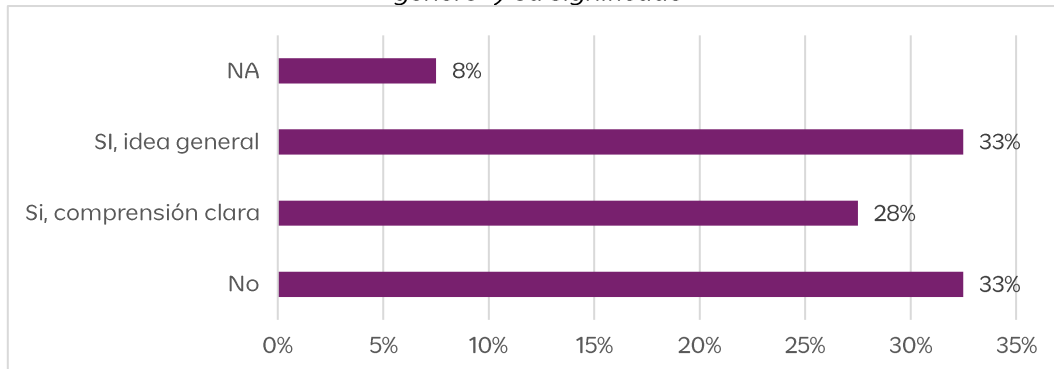
Gráfica 53. Qué tan importante consideran los participantes nuevos la equidad de género en su comunidad



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Al indagar por la familiaridad que tiene la población con el término, se encuentra que un 33% de los encuestados afirma tener solo una "idea general" del concepto, mientras que otro 33% señala no estar familiarizado en absoluto. Por otro lado, un 28% indica tener una "comprensión clara" del término, lo que sugiere que menos de un tercio de los(as) participantes tiene un conocimiento profundo del significado de la "equidad de género". Además, un 8% no tiene ninguna respuesta definida (NA). Estos resultados reflejan que, aunque más de la mitad de los participantes tienen una comprensión limitada o superficial del significado de equidad de género, es necesario fortalecer las iniciativas de formación y sensibilización para asegurar una mayor comprensión y apropiación del tema en la comunidad.

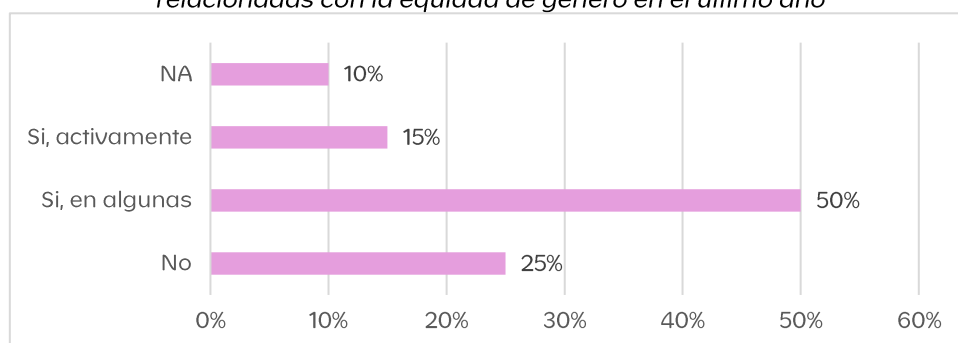
Gráfica 54. Que tan familiarizados están los participantes nuevos con el término "equidad de género" y su significado



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En cuanto a la participación en programas, talleres o actividades relacionados con la equidad de género, se observa que el 65% de los(as) nuevos(as) participantes se involucra de manera activa (15%) u ocasional (50%) en este tipo de espacios, lo que indica un interés por el aprendizaje en la materia. Sin embargo, el hecho de que el 50% participe de manera ocasional sugiere que hay oportunidades para aumentar su compromiso y participación en estas actividades. La población restante no participa en estas actividades (25%) o no tiene una respuesta definida (NA (10%)), lo que pone de manifiesto la necesidad de fomentar una mayor inclusión y acceso a estas oportunidades de aprendizaje.

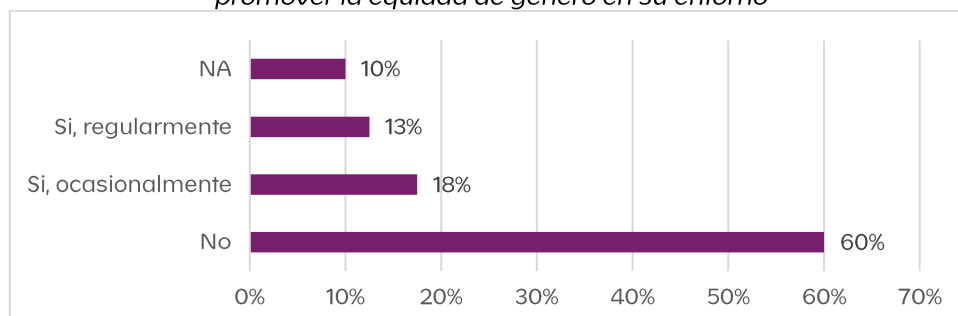
Gráfica 55. Participación de los participantes nuevos en programas, talleres o actividades relacionadas con la equidad de género en el último año



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Si bien en respuestas anteriores se evidenció un interés en la equidad de género, al preguntar sobre medidas concretas para promoverla, el 60% de los(as) participantes indicó que no implementa ninguna acción específica. Un 18% mencionó que lo hace de manera ocasional, mientras que un 13% afirmó llevar a cabo estas acciones de forma regular. El 10% restante no respondió (NA), lo que sugiere que, a pesar del interés mostrado, existe una falta de implementación de medidas efectivas en la promoción de la equidad de género. Aspecto que puede llegar a ser fortalecido por el proyecto y sus actividades para reflejar cambios a nivel de resultados, donde se beneficia a la comunidad más allá de los(as) participantes del proyecto, a partir de un cambio en prácticas.

Gráfica 56. Regularidad con la que los participantes nuevos toman medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno

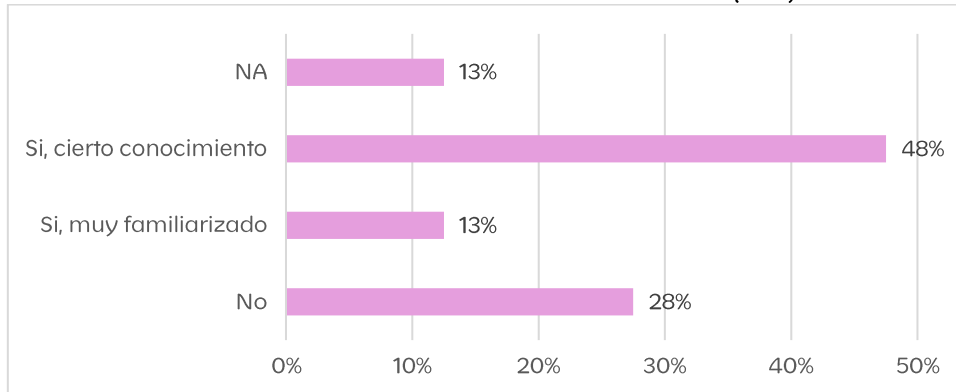


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En relación con el conocimiento sobre los servicios de apoyo y atención por violencia de género (VBG), solo el 13% de los encuestados se siente muy familiarizado con estos recursos, mientras que un 48% afirma estar algo familiarizado. Por otro lado, el

28% no tiene ningún conocimiento sobre estos servicios, y el 13% no responde (NA). Esta falta de información y comprensión sobre las rutas de atención limita la capacidad de las personas para identificar y acceder a la ayuda que necesitan. Esto denota la importancia de implementar estrategias de sensibilización y educación que no solo informen sobre la existencia de estos servicios, sino que también profundicen en su funcionamiento y beneficios.

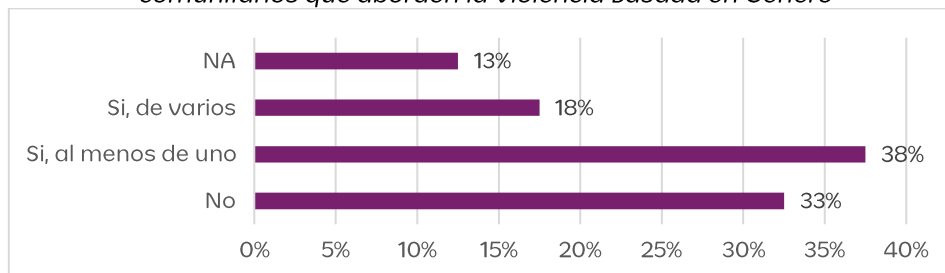
Gráfica 57. Participantes nuevos que están familiarizados con los servicios disponibles para apoyar a las víctimas de Violencia Basada en Género (VBG)



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El porcentaje de participantes que han escuchado hablar sobre programas del gobierno o comunitarios enfocados en la violencia de género (VBG), se observa que el 56%, es decir, un poco más de la mitad, ha recibido información sobre al menos un programa dirigido a esta problemática. Esto sugiere que existe un nivel de conciencia acerca de las iniciativas disponibles, aunque también indica la necesidad de aumentar la difusión y el conocimiento sobre estos recursos para asegurar que más personas puedan acceder a ellos.

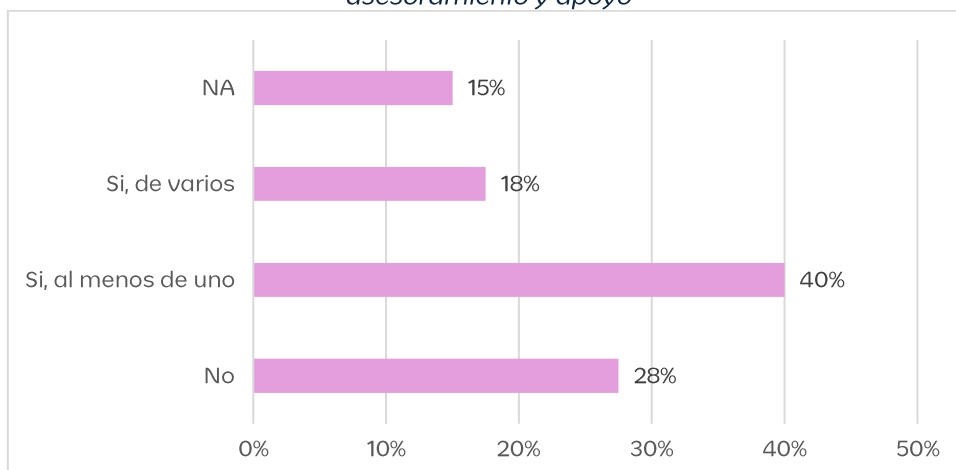
Gráfica 58. Participantes nuevos que han oído hablar de programas gubernamentales o comunitarios que aborden la Violencia Basada en Género



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En cuanto al conocimiento específico sobre los lugares a los que las víctimas de violencia de género (VBG) pueden acudir, el 58% de los encuestados afirmó que conoce al menos un recurso disponible. Sin embargo, el 28% no conoce ninguno, y el 15% no respondió (NA). Estos resultados indican que, aunque existe un porcentaje significativo de personas que tienen información sobre dónde buscar ayuda, todavía hay una parte considerable de la población que carece de este conocimiento.

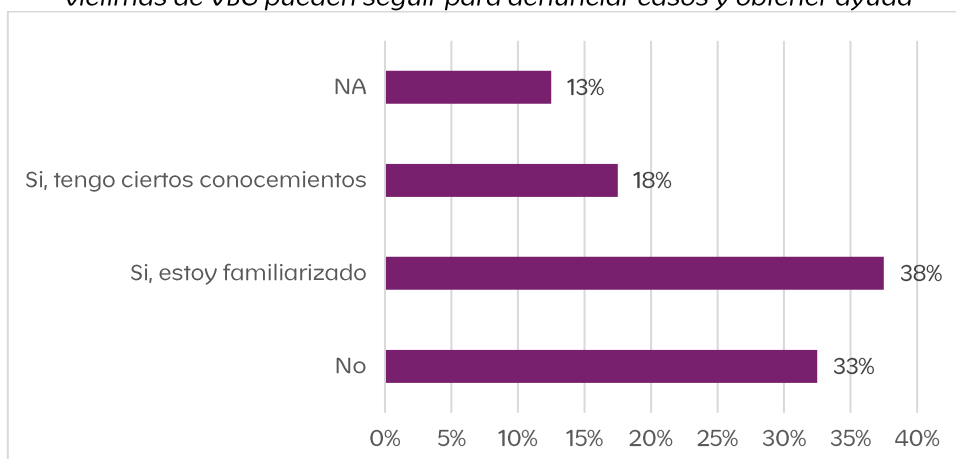
Gráfica 59. Participantes nuevos saben a dónde pueden acudir las víctimas de VBG para obtener asesoramiento y apoyo



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El 38% de los encuestados afirma estar familiarizado con las vías formales o rutas de atención que deben seguir las víctimas de violencia de género (VBG), mientras que un 18% tiene ciertos conocimientos al respecto. Esto significa que el 56% de la población posee algún nivel de conocimiento sobre estas rutas, aunque en diferentes proporciones. Por otro lado, el 33% de los participantes no conoce ninguna de las rutas de atención, y el 13% no responde (NA). Estos datos resaltan la necesidad de fortalecer la información y capacitación sobre las vías de atención disponibles para las víctimas.

Gráfica 60. Participantes nuevos que están al tanto de las vías formales o rutas de atención que las víctimas de VBG pueden seguir para denunciar casos y obtener ayuda

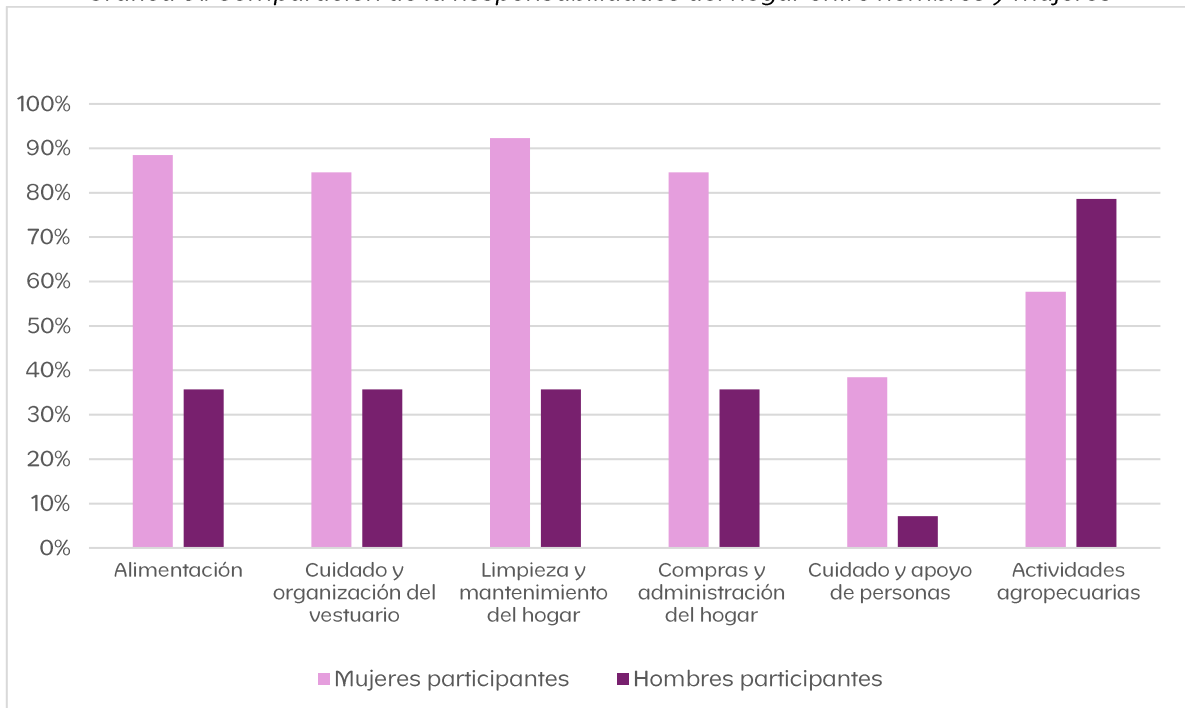


Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Economía del cuidado

Se observan disparidades en la responsabilidad de las actividades del hogar entre hombres y mujeres, con una mayor participación femenina. En contraste, en las actividades pecuarias, la mayoría de los responsables son hombres.

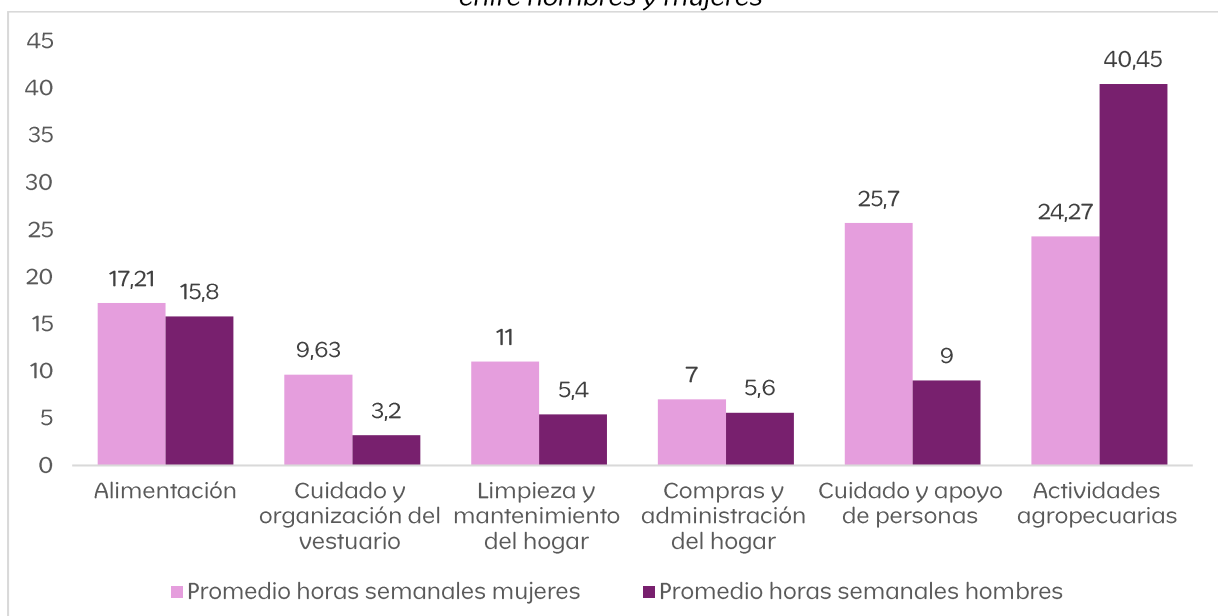
Gráfica 61. Comparación de la Responsabilidades del hogar entre hombres y mujeres



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Se observan diferencias en el número de horas dedicadas semanalmente a las actividades del hogar, con las mujeres destinando considerablemente más tiempo a tareas como el cuidado y apoyo de personas, la organización del vestuario y la limpieza del hogar. En actividades de alimentación y compras y administración del hogar, las intensidades de tiempo son similares entre géneros, aunque hay menos hombres responsables de las actividades del hogar en comparación con las mujeres. En contraste, en la actividad agropecuaria, los hombres no solo están más involucrados, sino que también dedican más tiempo.

Gráfica 62. Comparación del promedio de horas semanales dedicadas a actividades del hogar entre hombres y mujeres



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

En relación con las horas semanales dedicadas a ciertas labores, se identifican brechas significativas, donde como se mencionó anteriormente, los hombres dedican más horas a actividades agropecuarias (casi un 50% de más horas que las mujeres), reflejando que en las labores del hogar su participación o dedicación es mucho menor que las de las mujeres, a excepción de la alimentación y compras y administración del hogar.

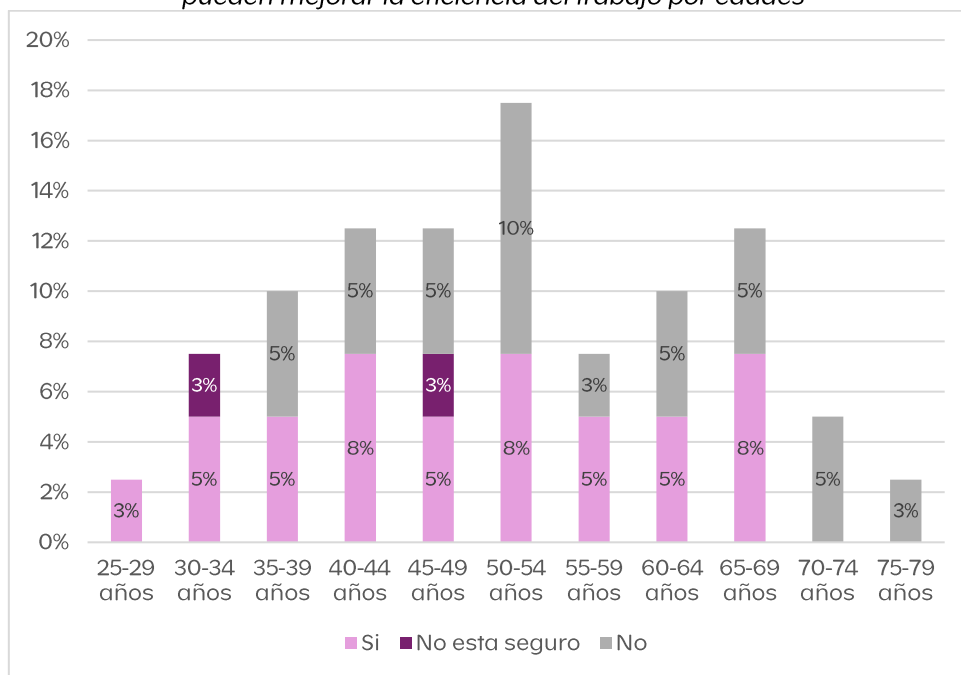
En este sentido, el proyecto con estos nuevos participantes debe fomentar la economía del cuidado la cual no está únicamente relacionada con el rol por género, sino que también se relaciona con una distribución de las labores que no son remuneradas, pero que involucran recursos (tiempo y calidad de vida). Los datos arrojaron que, para ninguna de las actividades del hogar, ni hombres ni mujeres reciben remuneración alguna, no obstante, las actividades agropecuarias son las únicas que generan ingresos, y se encuentran en mayor medida distribuida para los hombres.

Digitalización

El 50% de los(as) participantes afirma estar familiarizado con herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia en el trabajo. Entre estas, las más conocidas son las redes sociales, específicamente WhatsApp y Facebook, mencionadas por el 38% de los encuestados. Solo un 10% tiene conocimiento de herramientas ofimáticas básicas. Al indagar sobre el uso de herramientas digitales en el último año para comunicarse con familiares, amigos o colegas, se encontró que solo el 35% lo hace de manera regular, mientras que un 20% lo utiliza ocasionalmente.

Al analizar la información por edades se evidencia que, los(as) participantes entre 40 y 44, 50 y 54 y 65; y, 69 años, son en los que hay mayor concentración de participantes que se encuentran familiarizados con herramientas digitales.

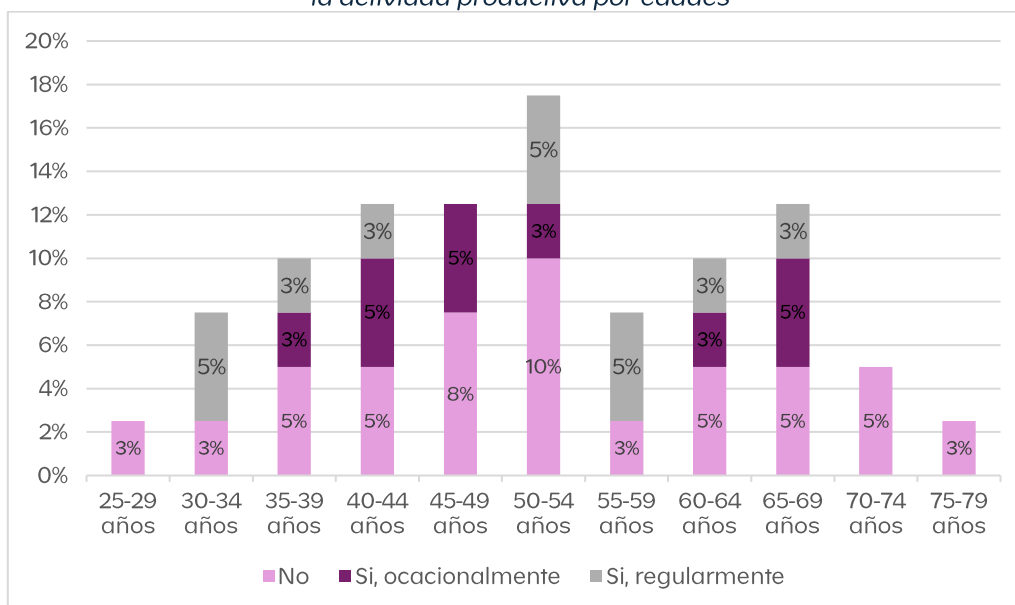
Gráfica 63. Porcentaje de participantes nuevos familiarizados con herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia del trabajo por edades



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

El análisis a partir de las edades de los(as) nuevos(as) participantes que usan regularmente herramientas digitales para fortalecer la actividad productiva se centra en los rangos entre 50 y 59 años; y 30 y 34 años.

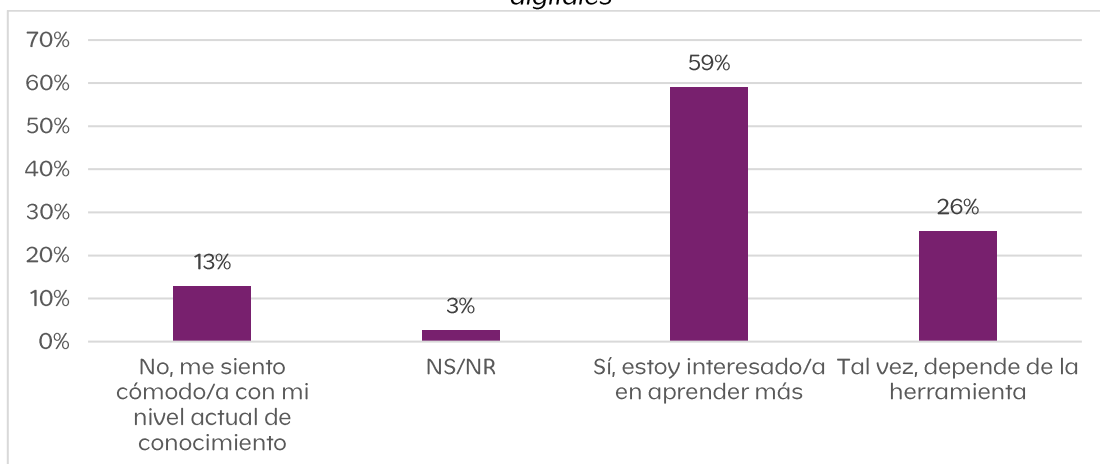
Gráfica 64. Porcentaje de participantes nuevos que usan de herramientas digitales para fortalecer la actividad productiva por edades



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

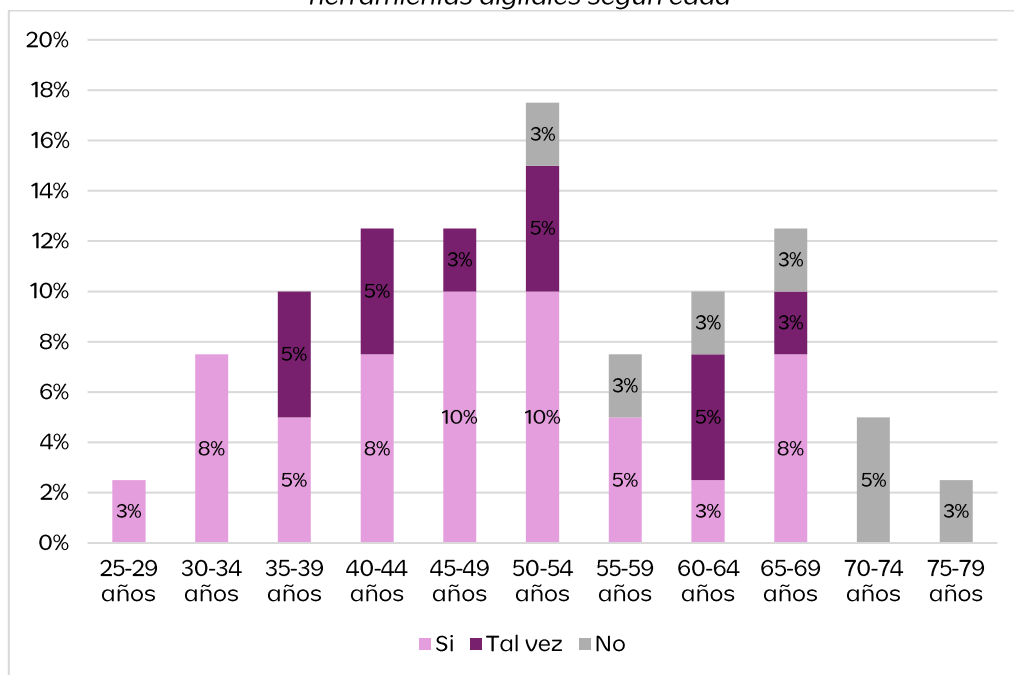
Al indagar por si quisieran recibir más capacitaciones o información sobre cómo utilizar herramientas digitales de manera más efectiva, el 59% de los(as) participantes indican encontrarse interesadas en esto, 26% tal vez y un 13% indica no sentirse cómodo(a) con el nivel actual de conocimientos

Gráfica 65. Interés en recibir más capacitaciones o información sobre cómo utilizar herramientas digitales



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Gráfica 66. Porcentaje de participantes nuevos que les interesa recibir capacitación de herramientas digitales según edad



Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Lo anterior, refleja una oportunidad para la implementación de la última fase de las actividades hasta la medición final, para verificar en qué medida los(as) nuevos(as) participantes apropian estas herramientas y las usan en su día a día, pero principalmente para hacer más eficiente su trabajo. Con el interés de los participantes podría considerarse la asignación de nuevas cuentas del aplicativo para el reporte de la producción y su seguimiento (Galapp).

Discapacidad

Gráfica 67. Información sobre el estado de discapacidad de los nuevos participantes

Pregunta	Porcentaje Respuestas positivas
¿Está usted familiarizado/a con los servicios y programas disponibles para personas mayores y/o población con discapacidad en nuestra comunidad/área?	35%
En caso de que usted o alguien que conozca necesite asistencia o atención específica para mujeres, personas mayores y/o discapacitadas, ¿sabe a dónde acudir o qué pasos seguir?	35%
¿Ha participado en algún evento informativo relacionado con los servicios y recursos disponibles para mujeres, personas mayores y/o discapacitadas?	25%
¿Considera que la información sobre los servicios y recursos para personas mayores es fácilmente accesible y comprensible?	28%
¿Considera que la información sobre los servicios y recursos para población con discapacidad es fácilmente accesible y comprensible?	25%
Ha notado mejoras en la visibilidad y difusión de los servicios y recursos para personas mayores y/o población con discapacidad?	25%

Fuente: Área de gestión del conocimiento con encuestas realizadas en el levantamiento de la línea de base, junio-agosto de 2024.

Los datos reflejan un bajo nivel de conocimiento y acceso a información sobre servicios y recursos para personas mayores y población con discapacidad en la comunidad. Un 35% de los(as) nuevos(as) participantes se encuentra familiarizado con los programas disponibles y sabe a dónde acudir en caso de necesitar asistencia, lo que sugiere una brecha significativa en la comunicación y difusión de estos servicios; así como una baja accesibilidad a recursos importantes, lo que podría limitar el acceso de estas poblaciones a la ayuda necesaria y resalta la importancia de mejorar la difusión y orientación sobre estos servicios.

Además, un 25% ha participado en eventos informativos, lo que contribuye a una baja percepción de accesibilidad de la información, con porcentajes similares (25% y 28%) en cuanto a la comprensión de los recursos tanto para personas mayores como para personas con discapacidad. La falta de visibilidad y difusión efectiva se confirma con solo un 25% de respuestas positivas respecto a las mejoras en este aspecto, destacando la necesidad de implementar estrategias más robustas de comunicación y sensibilización para garantizar que estos grupos vulnerables puedan acceder a los servicios disponibles de manera efectiva y oportuna.

Conclusiones y recomendaciones

El proyecto “Asociatividad Autogestionada y Sostenible en la ruralidad de Rionegro Santander” para su evaluación intermedia ha logrado avances en áreas como ingresos agropecuarios y equidad de género. Sin embargo, persisten desafíos en la

productividad agrícola, la participación comunitaria y la equidad en la distribución de responsabilidades domésticas. A continuación, se presentan las principales conclusiones y recomendaciones:

Ingresos

Hubo un aumento en los ingresos agropecuarios promedios mensuales de los participantes pasando de \$1.053.000 a \$1.733.000, lo que representa un incremento del 65%. Estos incrementos se atribuyen a los aumentos en los ingresos de cultivos de limón y cacao. Es importante resaltar que los incrementos se relacionan con los(as) participantes con mayores extensiones de tierra destinadas al cultivo y mayores producciones. Al analizar los datos por género, en la recolección intermedia, el ingreso de las mujeres asciende a \$1.287.000, mientras que el de los hombres es de \$2.120.000. En el caso de las mujeres, el ingreso aumentó un 52%, y en el de los hombres, un 72%. Al inicio, el ingreso de las mujeres representaba el 69% del ingreso de los hombres, mientras que en la recolección intermedia es del 60%; por lo tanto, la brecha en ingresos agropecuarios entre géneros ha aumentado.

Al indagar sobre las líneas agrícolas, la línea de cacao es la más común entre los(as) participantes, donde el 60% se encuentra produciendo cacao. Al analizar los ingresos para esta línea, estos han incrementado aun cuando la producción ha disminuido. En este sentido, los ingresos promedios neto por ciclo han incrementado (aumento de \$3.487.000 pesos) debido el incremento del valor del precio del cacao. La producción total disminuyó en 29.454 kg entre la línea inicial y la intermedia relacionado con fenómenos como el fenómeno de El Niño y los ciclos propios del cultivo.

Frente a la línea agrícola de cítricos se observa una producción constante, una leve disminución en la productividad, pero un ligero aumento en los ingresos promedio netos de \$ 878.000; y promedios mensuales de \$114,000. La menor productividad puede relacionarse a un incremento en la extensión de terreno dedicado al cultivo (incremento promedio de 0.28 hectáreas), afectando el cálculo de kg/número de hectáreas, al haber producciones constantes en ambos periodos.

Las otras líneas pecuarias, como la miel, las gallinas ponedoras y las aves de engorde, reportan ingresos variados, donde la producción de miel y sus ingresos reportan incrementos, a diferencia de las otras dos líneas, la cuales reportan ingresos y una producción con variaciones más limitadas. Cabe destacar que estas líneas productivas cuentan con muy pocas observaciones en ambos periodos (menos de 12 participantes) comparadas con las líneas de cítricos y cacao, lo que lleva a precisar que los cambios muy por encima de los valores promedios, son los que mayormente influyen en las variaciones de los ingresos y producción.

El ejercicio desarrollado por el equipo de la Fundación al momento de recoger y analizar la información en ambos momentos de la evaluación se refleja en una precisión y mayor verificación de los datos, limitando la sobre o subestimación de los datos, y de esta manera limitando el error. Esta es una buena práctica dado que, usualmente, de parte de los(as) participantes, en las mediciones iniciales, se sobrestiman los valores y los equipos técnicos no cuentan con información para validar la información suministrada. Ahora, los levantamientos posteriores, tanto el

equipo territorial, como los(as) mismo(as) participantes, cuentan con conocimiento factual de los predios.

Adicionalmente, el refinamiento de los instrumentos de recolección de información; así como, la capacitación en la forma de recolectar la información para limitar sesgos y errores en la recolección de información fueron claves para la recolección de la línea intermedia, permitiendo una doble verificación de la información. Así mismo, a nivel del equipo de gestión de conocimiento y el equipo técnico, se gestionaron espacios de validación de la información, arrojando información más precisa y ajustada a la realidad de los avances del proyecto.

Frente al marco lógico y sus indicadores, se evidencia que el cumplir con el aumento de un 25% en los ingresos si se está cumpliendo (principalmente debido a factores más externos a la intervención), mientras que el aumento del 25% en la productividad no ha sido posible y por el contrario se ha disminuido esta por los motivos anteriormente enunciados.

Destinos de producción

El proyecto ha logrado un cambio significativo y ha contribuido a uno de sus objetivos e indicadores al haber diversificado los destinos de producción, donde los productos agropecuarios han sido comercializados en mayor medida a través de la venta a comercializadores, pasando del 45% con este destino a 89% en la línea intermedia (como es el caso del cacao). El caso del cacao es particularmente atribuible a que un alto porcentaje de su comercialización se vende a comercializadores informales, y un porcentaje menor a Fedecacao. La comercialización informal es un fenómeno relacionado con que estos no solicitan una selección de grano ni cuentan con estándares de calidad, además de que pagan más por kg a los productores. Lo anterior es evidenciado por parte del equipo en territorio.

Adicionalmente, se destaca un aumento en el número de participantes que destinan producción al autoconsumo en cultivos como cítricos y aguacates, y en productos como pollos y huevos. Sin embargo, se registra una disminución en la proporción de participantes que venden en venta en lote, a vecinos o plaza de mercado, pasando a vender a comercializadores locales en su mayoría.

En términos generales, el porcentaje de participantes que realizan ventas aumentó del 87% al 93%. Así mismo, los ingresos por ventas crecieron, con aumentos considerables en la venta de cacao y miel. En el caso del cacao, la producción en su totalidad es para la venta y nulo para autoconsumo, esto a causa de su valor de mercado y necesidad de transformación.

La focalización en destinos de producción a comercializadores denota un posible riesgo para los(as) productores en el sentido de que los destinos de producción deberían ser diversificados y las ventas no deben generarse por un solo canal de distribución. Lo anterior, por temas de oferta y demanda en los comercializadores que puede afectar los costos e ingresos de las producciones o productos de los(as) participantes.

En relación con el marco de resultados y sus respectivos indicadores, se incrementaron los ingresos producto de las ventas en más de un 25% en las principales líneas como lo son el cacao y el limón: aumento del 58% en los ingresos por venta de cacao durante el ciclo y aumento del 29% en los ingresos por venta de limón durante el ciclo.

Autoproducción

No se observaron cambios significativos en las actividades de autoproducción de alimentos de los participantes. Se espera que el establecimiento de las huertas caseras represente una oportunidad para un aumento futuro en el autoconsumo de productos autoproducidos.

Caracterización agroecológica

La reducción en la mayoría de los puntajes de los 13 principios se asocia con la sobrestimación de los(as) participantes al momento del levantamiento de línea de base; además, de un hecho relacionado con la intensidad de las actividades impartidas en el marco del proyecto (principios 1 al 6, relacionados con conservación y actividades ambientales). Lo anterior, partiendo de tres escenarios posibles: i) los participantes no comprendieron los tecnicismos asociados a cada uno de los criterios en la línea de base (previo a los ejercicios en campo); ii) a pesar de implementarse actividades para mejorar los puntajes de la caracterización agroecológica, los(as) participantes no las continuaron aplicando y por ende, son acciones que carecen de sostenibilidad; iii) falta mayor retroalimentación y refuerzo en la impartición de conocimientos de actividades agroecológicas. Estos aspectos requieren una revisión a nivel de ejecución del proyecto, así como un mayor seguimiento de parte del equipo técnico en esta materia.

Ahora bien, en relación con los principios 9, 11, 12 y 13, relacionados con destinos de producción y organización comunitaria, las reducciones se deben a las variaciones en los destinos de producción, a decir: aunque hay más participantes que autoconsumen y venden a comercializadores, también hay una disminución en los porcentajes de participantes que destinan sus productos a la venta en circuitos cortos, como la venta en el lote, a vecinos, en centrales de abastos o de forma directa en la plaza. Frente a esto, y como se mencionó anteriormente, resulta pertinente revisar en qué medida se requiere una diversificación de destinos de producción.

Asociatividad

El análisis de la asociatividad cuenta con dos partes, por un lado, la participación ciudadana en espacios de decisión y/u organizaciones o grupos comunitarios; y por la otra, en el fortalecimiento de las asociaciones apoyadas por el proyecto. Frente al último, se observa que la totalidad de los(as) participantes se encuentran vinculados a una asociación de productores.

Ahora bien, en lo relacionado con la participación ciudadana, no se observan cambios, aspecto que es lógico dado que el proyecto no desarrolla acciones en este sentido. De esta manera, la participación en espacios como juntas de acción comunal, espacios de participación, veeduría ciudadana, entre otros no refleja cambios, manteniéndose constante en ambas mediciones.

En relación con el cumplimiento de indicadores relacionados con el aumento del índice de desarrollo capacidades de las asociaciones se observa que en el levantamiento intermedio las asociaciones en su medición del ICO han presentado mejoras. En este sentido, la asociación Llano de palma ya superó el indicador, mientras que, asociaciones como Aroma de paz, Agrovive y Apirio son las que menores mejoras presentan en el ICO, 1%, 4%, 7%, respectivamente. De las anteriores, Aroma de paz y Agrovive ya tenían puntajes altos desde la medición inicial, por lo cual es comprensible un aumento no tan significativo. No obstante, Apirio puede representar más retos respecto al cumplimiento de la meta, aun así, tuvo un incremento en la segunda medición. En los meses restantes de proyecto, queda la implementación de los planes de negocio y las actividades relacionadas con el fortalecimiento de la comercialización de productos como chocolate, bandejas de pollo, miel identificando nuevos mercados locales y regionales.

Grupos autogestionados de crédito y ahorro y sistemas participativos de garantías

En la implementación del proyecto se identificó que algunas asociaciones ya se encontraban implementando fondos rotatorios, motivo por el cual se fortalecieron los existentes y se implementaron otros tres en otras asociaciones. Se recomienda para la medición final, implementar un seguimiento técnico para conocer de manera cualitativa la información relacionada con esta conformación y fortalecimiento, donde se reconozca el punto de partida, el cómo se genera (proceso) y cuál es su resultado. Lo anterior, para lograr obtener información que nutra la línea de base de salida más allá de elementos cuantitativos relacionados con cantidad de ahorro, préstamos y demás.

En relación con los sistemas participativos de garantías, a la fecha no se han desarrollado actividades para su fortalecimiento. Se espera este proceso sea efectivo la última fase de implementación del proyecto, motivo por el cual no se identifican cambios.

Equidad de género

Se observa un incremento significativo en la comprensión del concepto de equidad de género y la participación en actividades relacionadas. Los participantes que han tomado medidas concretas para promover la equidad aumentaron del 12.23% al 32.45%, reflejando un impacto positivo de las actividades del proyecto. Esto representa cambios comportamentales que son de los cambios de impacto más complejos de identificar; más aún en una etapa temprana como es la evaluación intermedia. Se destaca en este sentido la labor de los extensionistas sociales que ha brindado este acompañamiento a las y los productoras(es), a través de las capacitaciones y espacios de socialización e implementación de la ruta de la organización. A partir de esta labor se contribuye al cumplimiento del indicador relacionado con la apropiación del conocimiento y la generación de acciones encaminadas a generar equidad de género. No obstante, a pesar de identificar cambios de esta índole, es pertinente continuar los procesos de sensibilización y de lograr que los(as) participantes logren reconocer la equidad de género como un elemento importante a nivel comunitario.

En relación con la violencia basada en género, se evidencia un incremento en el reconocimiento de los servicios, tanto en la familiaridad que tienen frente a estos con un incremento de 3.51 puntos porcentuales; y quienes tienen cierto conocimiento al respecto con una variación de 35 puntos porcentuales. Así mismo, se evidencia un cambio en el conocimiento sobre a dónde pueden acudir las víctimas de VBG, pasando del 32% al 54,79%; así como un incremento en el conocimiento de las rutas de atención a víctimas de VBG (incremento de 21 puntos porcentuales). Los datos anteriormente presentados, aportan al indicador relacionado con el conocimiento del 80% de los(as) participantes sobre los servicios, oferta pública y rutas de atención para reducir la VBG. Lo anterior si bien es un avance, requiere seguir siendo un elemento para fortalecer desde el equipo territorial.

Frente a la economía del cuidado, las mujeres siguen siendo las principales responsables de las tareas domésticas. Cabe destacar que cambios en la distribución de las tareas del hogar son de largo plazo y requieren de un plazo mayor de tiempo que el establecido durante el proyecto. En cuanto a las horas destinadas a la realización de actividades en el hogar, los cambios se podrán analizar al tener el levantamiento final, ya que en un inicio no se tomó esta información.

Finalmente, en la toma de decisiones para los 188 participantes continuos se observan resultados opuestos. Entre las distintas categorías, en promedio la mayoría de las mujeres han dejado de tomar las decisiones del hogar por ellas mismas (del 49% pasaron a ser el 41%) y lo han empezado hacer más en pareja (del 46% pasaron a ser el 54%), mientras que en el caso de los hombres la mayoría pasó de tomar las decisiones del hogar en pareja (del 49% pasaron a ser el 45%) a tomarlas ellos solos (del 46% pasaron a ser el 52%). Lo que indicaría que por el momento no se ha cumplido con el indicador que pretende el incremento del 30% de la toma de decisiones de las mujeres en el hogar. Además, es válido recalcar que este es un indicador de largo plazo y que requiere más tiempo dentro del proyecto para ser alcanzado.

Digitalización

El porcentaje de participantes familiarizados con dichas herramientas aumentó del 30% al 47%. Mientras tanto, el grupo que no estaba seguro de conocerlas se mantuvo entre el 6% y el 7%. Al desagregar estos cambios por edad, se observa que en todas las categorías etarias hubo un incremento en el porcentaje de participantes familiarizados con herramientas digitales, siendo el aumento más pronunciado entre personas de 45 a 49 años. Actualmente el 55% de participantes utilizan herramientas digitales para fortalecer su actividad productiva. Lo que, relacionado con el estado del proyecto, sugiere una posibilidad de que el 80% de participantes conozcan herramientas digitales existentes, útiles y de fácil acceso en la última medición.

Los aumentos en utilización de herramientas digitales reflejan el esfuerzo del proyecto en lograr fomentar el conocimiento y uso de herramientas digitales para fortalecer sus actividades productivas o darles seguimiento, con la implementación del aplicativo Galapp o el uso de herramientas digitales como el WhatsApp o el Facebook para comercializar sus productos. Ahora bien, hay que resaltar que el uso

del aplicativo para la unidad productiva (Galapp) requiere de esfuerzos adicionales por parte del equipo para que exista apropiación por parte de los participantes una vez el proyecto finalice. A pesar de esto, el equipo territorial ha realizado esfuerzos a través de sensibilizaciones, inducciones personalizadas a cada productor(a) y concientización sobre el aplicativo Galapp; dejando instalada la capacidad en las asociaciones.

Para garantizar la sostenibilidad, las asociaciones deben promover el ingreso de información por parte de los asociados, ya que la herramienta estará a cargo de estas y de sus juntas directivas. Este proceso será acompañado en lo que queda del proyecto.

A nivel de recomendaciones metodológicas frente al proyecto y futuras intervenciones, se recomienda:

- Generar marcos de resultados con diferenciación de indicadores de producto y resultados, evitando así su duplicidad. Esto ayudará al monitoreo y la verificación de los niveles de cambios esperados en cada indicador.
- Determinar universos claros para la medición de los indicadores. En este sentido, identificar indicadores cuya base sean sobre el 100% de los participantes y cuáles no. Así mismo, determinar en qué indicadores los incrementos esperados son con base en los datos obtenidos en la línea base o con base en la totalidad de la población beneficiaria partiendo desde cero dada las actividades a implementar por el proyecto en específico.
- Continuar el monitoreo y seguimiento del proyecto con enfoques cualitativos para la generación de historias de cambio, más allá de los incrementos a nivel cuantitativo. Así mismo, continuar con la implementación de instrumentos de recolección de información como los diarios de campo y los registros de producción con anotaciones cualitativas.
- Generar dinámicas de gestión de conocimiento, donde se alineen los procesos y se retroalimenten ambas partes de los estados de la ejecución del proyecto, con el fin de dar reportes e informes más cercanos a la realidad y tiempos de la implementación.

Estado de los indicadores del marco lógico tras la recolección intermedia

Tabla 17. Estado de los Indicadores

#	Objetivos	Indicadores	Línea base inicial		Línea base intermedia			
OG	Fortalecer los Sistemas Agroalimentarios locales	Aumentar Índice de Desarrollo de Capacidades de las asociaciones en un 30%	Agrovive	63	Agrovive	65.8	4%	
			Llano de palma	38.2	Llano de palma	52.9	38%	
			Apirio	51.4	Apirio	55.1	7%	
		Rios de chocolate	56.5	Rios de chocolate	62.1	10%		
		Zurron's	58.7	Zurron's	69.5	18%		
		Aroma de paz	60.2	Aroma de paz	61.1	1%		
		Aumentar la productividad en 25%	Cacao: 280 (kg/Ha) Cítricos: 3793 (kg/Ha)		Cacao: 206 (kg/ha) (-26%) Cítricos: 3480 (kg/Ha) (-8%)			
		Aumentar en 25% las ventas	Porcentaje de participantes que vende Cacao Venta a comercializadores: 45% Cítricos Venta a comercializadores: 29% Venta general: 87% Venta en cifras Ingresos promedio por participante por ciclo Cacao: \$ 6.019.000 Cítricos: \$ 3.020.000 Miel: \$ 2.107.000 Gallinas ponedoras: \$ 10.414.000 Pollos: \$ 1.860.000		Porcentaje de participantes que venden Cacao Venta a comercializadores: 89% Cítricos Venta a comercializadores: 84% Venta general: 93% Venta en cifras Ingresos promedio por participante por ciclo Cacao: \$ 9.509.000 (+58%) Cítricos: \$ 3.898.000 (+29%) Miel: \$ 9.286.000 (+341%) Gallinas ponedoras: \$ 5.357.000 (-49%) Pollos: \$ 296.000 (-84%)			

		<p>Aumentar en 30% la toma de decisiones del hogar de las mujeres</p>	<p>En promedio de las mujeres participantes el 49% toman ellas solas las decisiones del hogar y el 46% lo hacen en pareja.</p>	<p>En promedio de las mujeres participantes el 41% toman ellas solas las decisiones del hogar y el 54% lo hacen en pareja.</p>																					
		<p>Disminuir en 25% las horas dedicadas al trabajo doméstico</p>	<p>No se contaba con información por horas.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad</th> <th>Hrs./semana mujeres</th> <th>Hrs./Semana hombres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alimentación</td> <td>16.68</td> <td>11.44</td> </tr> <tr> <td>Cuidado y organización del vestuario</td> <td>6.61</td> <td>5.35</td> </tr> <tr> <td>Limpieza y mantenimiento del hogar</td> <td>7.42</td> <td>5.76</td> </tr> <tr> <td>Compras y admon. Del hogar</td> <td>6</td> <td>6.62</td> </tr> <tr> <td>Cuidado y apoyo de personas</td> <td>11.06</td> <td>1.5</td> </tr> <tr> <td>Actividades agropecuarias</td> <td>22.08</td> <td>29.83</td> </tr> </tbody> </table>	Actividad	Hrs./semana mujeres	Hrs./Semana hombres	Alimentación	16.68	11.44	Cuidado y organización del vestuario	6.61	5.35	Limpieza y mantenimiento del hogar	7.42	5.76	Compras y admon. Del hogar	6	6.62	Cuidado y apoyo de personas	11.06	1.5	Actividades agropecuarias	22.08	29.83
Actividad	Hrs./semana mujeres	Hrs./Semana hombres																							
Alimentación	16.68	11.44																							
Cuidado y organización del vestuario	6.61	5.35																							
Limpieza y mantenimiento del hogar	7.42	5.76																							
Compras y admon. Del hogar	6	6.62																							
Cuidado y apoyo de personas	11.06	1.5																							
Actividades agropecuarias	22.08	29.83																							
		<p>El 80% de las participantes conocen herramientas digitales existentes, útiles y de fácil acceso</p>	<p>45% conocen herramientas para fortalecer su actividad productiva</p>	<p>55% conocen herramientas para fortalecer su actividad productiva</p>																					
		<p>El 80% apropia el conocimiento y acciones encaminadas a generar equidad de género</p>	<p>Conocimiento: 18.6% participantes tienen una comprensión clara sobre equidad de género. 39.9% participantes tienen una idea general. Apropiación: 12.23% participantes ocasionalmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p>	<p>Conocimiento: 29.3% participantes tienen una comprensión clara sobre equidad de género. 47.3% participantes tienen una idea general. 32.45% participantes ocasionalmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno. 11.70% de participantes regularmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p>																					

			10.11% participantes regularmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.																															
		El 80% conoce los servicios, oferta pública y rutas de atención para reducir la VBG	40.43% de participantes saben a dónde acudir en caso de sufrir o que un cercana sufra de VBG (al menos a una o múltiples opciones). 7.98% conocen las rutas formales. 23.40% tienen cierto conocimiento sobre las rutas y servicios.	63.83% participantes saben a dónde acudir en caso de sufrir o que un cercana sufra de VBG (al menos a una o múltiples opciones). 10.11% conoce las rutas formales. 44.68% tienen cierto conocimiento sobre las rutas y servicios.																														
OE1	OE1. Fortalecer los seis esquemas asociativos	Fortalecimiento de las estructuras de gobierno, capacidades administrativas y comerciales, gestión de la información estratégica, capacidades financieras y contables de las seis Asociaciones.	<table border="1"> <tr><td>Agrovive</td><td>63</td></tr> <tr><td>Llano de palma</td><td>38.2</td></tr> <tr><td>Apirio</td><td>51.4</td></tr> <tr><td>Rios de chocolate</td><td>56.5</td></tr> <tr><td>Zurron's</td><td>58.7</td></tr> <tr><td>Aroma de paz</td><td>60.2</td></tr> </table>	Agrovive	63	Llano de palma	38.2	Apirio	51.4	Rios de chocolate	56.5	Zurron's	58.7	Aroma de paz	60.2	<table border="1"> <tr><td>Agrovive</td><td>65.8</td><td>4%</td></tr> <tr><td>Llano de palma</td><td>52.9</td><td>38%</td></tr> <tr><td>Apirio</td><td>55.1</td><td>7%</td></tr> <tr><td>Rios de chocolate</td><td>62.1</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Zurron's</td><td>69.5</td><td>18%</td></tr> <tr><td>Aroma de paz</td><td>61.1</td><td>1%</td></tr> </table>	Agrovive	65.8	4%	Llano de palma	52.9	38%	Apirio	55.1	7%	Rios de chocolate	62.1	10%	Zurron's	69.5	18%	Aroma de paz	61.1	1%
		Agrovive	63																															
		Llano de palma	38.2																															
		Apirio	51.4																															
Rios de chocolate	56.5																																	
Zurron's	58.7																																	
Aroma de paz	60.2																																	
Agrovive	65.8	4%																																
Llano de palma	52.9	38%																																
Apirio	55.1	7%																																
Rios de chocolate	62.1	10%																																
Zurron's	69.5	18%																																
Aroma de paz	61.1	1%																																
Constituir 6 grupos autogestionados de ahorro y crédito	0	Se identificaron y fortalecieron 3 fondos rotatorios; y se crearon otros 3																																
Conformar 6 sistemas participativos de garantías	0	0																																
Vinculación comercial con una plataforma digital para mercado especializado y/o diferenciado																																		
OE2	OE2. Mejorar la productividad y competitividad de las unidades productivas,	Aumentar el 25% la productividad	Cacao: 280 (kg/Ha) Cítricos: 3793 (kg/Ha)	Cacao: 206 (kg/ha) (-26%) Cítricos: 3480 (kg/Ha) (-8%)																														
		Aumentar los ingresos en 25%	Ingresos promedio por participante por ciclo Cacao: \$ 6.019.000 Cítricos: \$ 3.020.000	Ingresos promedio por participante por ciclo Cacao: \$ 9.509.000 (+58%) Cítricos: \$ 3.898.000 (+29%) Miel: \$ 9.286.000 (+341%)																														

			Miel: \$ 2.107.000 Gallinas ponedoras: \$ 10.414.000 Pollos: \$ 1.860.000	Gallinas ponedoras: \$ 5.357.000 (-49%) Pollos: \$ 296.000 (-84%)
		Aumentar las ventas en 25%	<p>Porcentaje de participantes que vende</p> <p>Cacao Venta a comercializadores: 45%</p> <p>Cítricos Venta a comercializadores: 29%</p> <p>Venta general: 87%</p> <p>Venta en cifras Ingresos promedio por participante por ciclo</p> <p>Cacao: \$ 6.019.000 Cítricos: \$ 3.020.000 Miel: \$ 2.107.000 Gallinas ponedoras: \$ 10.414.000 Pollos: \$ 1.860.000</p>	<p>Porcentaje de participantes que venden</p> <p>Cacao Venta a comercializadores: 89%</p> <p>Cítricos Venta a comercializadores: 84%</p> <p>Venta general: 93%</p> <p>Venta en cifras Ingresos promedio por participante por ciclo</p> <p>Cacao: \$ 9.509.000 (+58%) Cítricos: \$ 3.898.000 (+29%) Miel: \$ 9.286.000 (+341%) Gallinas ponedoras: \$ 5.357.000 (-49%) Pollos: \$ 296.000 (-84%)</p>
OE3	OE3. Acceder a herramientas digitales	Diagnóstico para identificar herramientas digitales aplicadas en las unidades productivas		
		80% conocen herramientas digitales existentes, útiles y de fácil acceso	45% conocen herramientas para fortalecer su actividad productiva	55% conocen herramientas para fortalecer su actividad productiva
OE4	OE4. Promover acciones encaminadas a transversalizar el enfoque de género en el contexto familiar y comunitario.	El 60% apropia el conocimiento y acciones encaminadas a generar equidad de género	<p>Apropiación: 12.23% participantes ocasionalmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p> <p>10.11% participantes regularmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p>	<p>32.45% participantes ocasionalmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p> <p>11.70% de participantes regularmente han tomado medidas concretas para promover la equidad de género en su entorno.</p>

		<p>Aumentar en 30% la toma de decisiones del hogar de las mujeres</p>	<p>En promedio de las mujeres participantes el 49% toman ellas solas las decisiones del hogar y el 46% lo hacen en pareja.</p>	<p>En promedio de las mujeres participantes el 41% toman ellas solas las decisiones del hogar y el 54% lo hacen en pareja.</p>
		<p>El 80% conoce los servicios, oferta pública y rutas de atención para reducir la VBG y discriminación</p>	<p>40.43% de participantes saben a dónde acudir en caso de sufrir o que un cercano sufra de VgB (al menos a una o múltiples opciones). 7.98% conocen las rutas formales. 23.40% tienen cierto conocimiento sobre las rutas y servicios.</p>	<p>63.83% participantes saben a dónde acudir en caso de sufrir o que un cercano sufra de VgB (al menos a una o múltiples opciones). 10.11% conoce las rutas formales. 44.68% tienen cierto conocimiento sobre las rutas y servicios.</p>
		<p>El 80% conoce los servicios, oferta pública, estrategias y rutas de atención para mujeres, personas mayores y/o discapacitadas</p>	<p>19.16% participantes están familiarizados con programas y servicios disponibles para población mayor o en condición de discapacidad 28.19% tienen conocimiento sobre dónde acudir en caso de requerir asistencia o atención</p>	<p>31.91% participantes están familiarizados con programas y servicios disponibles para población mayor o en condición de discapacidad. 36.7% tienen conocimiento sobre dónde acudir en caso de requerir asistencia o atención</p>

Referencias

Agronet. (2024, septiembre 17). Precio de referencia semanal de compra de cacao - Fuente: Industria. <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Precio-de-referencia-semanal-de-compra-de-cacao---Fuente-Industria.aspx>

Agronegocios. (2024, septiembre 23). Precio del limón común en Bucaramanga. Agronegocios. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/precios/limon-comun/andina/santander/bucaramanga>

Agrosavia. (2024, 10 de julio 2024). El cultivo de cacao en Colombia va bien, pero puede estar mejor. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria. Recuperado de <https://www.agrosavia.co/noticias/el-cultivo-de-cacao-en-colombia-va-bien-pero-puede-estar-mejor>

France 24 español (2024, julio 6) Precio del cacao se duplicó en lo que va de 2024 y encarece el del chocolate <https://www.youtube.com/watch?v=XJh42sronq8>

Federación Nacional de Cacaoteros de Colombia. (n.d.). Investigación sobre el cacao en Colombia. Federación Nacional de Cacaoteros. Recuperado de <https://www.fedecacao.com.co/investigacion#::~En%20Colombia%20la%20producci%C3%B3n%20anual>

[En%20Colombia%20la%20producci%C3%B3n%20anual](https://www.fedecacao.com.co/investigacion#::~En%20Colombia%20la%20producci%C3%B3n%20anual)

Federación Nacional de Cacaoteros de Colombia. (2024). *Estaciones agroclimáticas*. <https://www.fedecacao.com.co/estaciones-agroclimaticas>

Jaimes, Y. Y., et al. (2022). *Modelo productivo para el cultivo de cacao (Theobroma cacao L.) en el departamento de Santander (2a edición)*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12324/37354>.