

INFOGRAFÍA

años

• A • D • N
DIGNIDAD

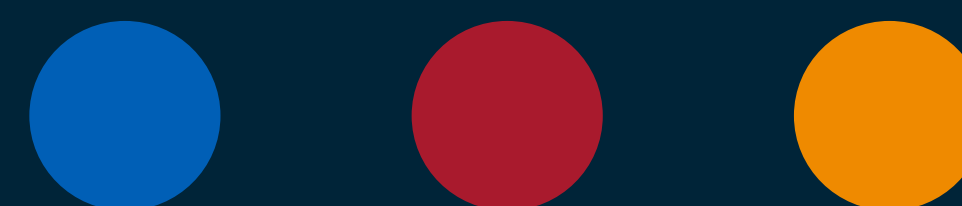
USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

 **ACCIÓN
CONTRA EL
HAMBRE**

DRU CONSEJO
DANÉS PARA
REFUGIADOS

NRC

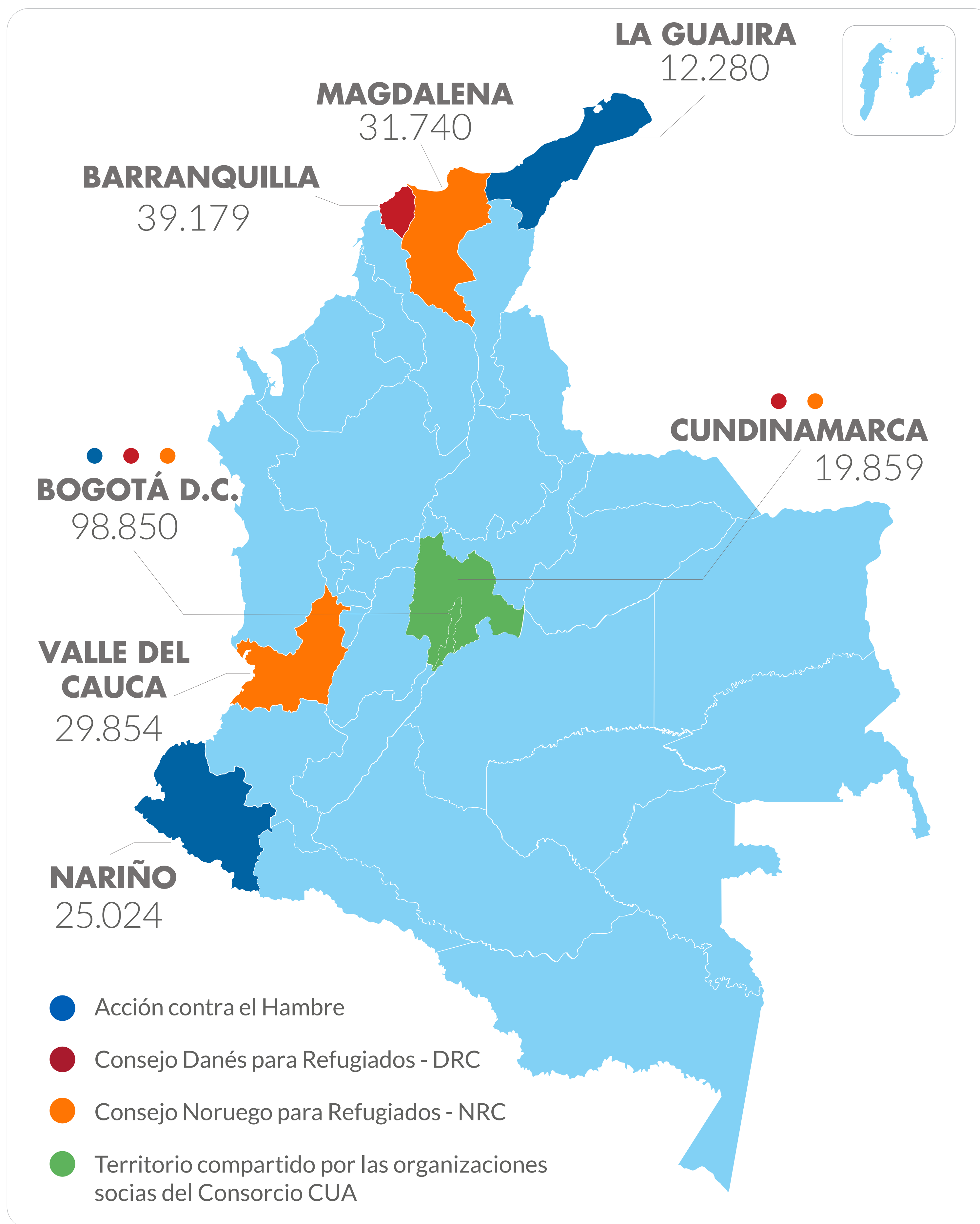
CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



***Las cifras de esta infografía fueron obtenidas de las encuestas de Elegibilidad y Monitoreo Post Distribución (PDM por sus siglas en inglés) y de los reportes de los socios del consorcio y de otros aliados.*



MAPA DE INTERVENCIÓN



*Datos de agosto de 2022 y proyecciones estimadas para septiembre de 2022.



ENFOQUE DEL PROGRAMA

ADN Dignidad es un programa de intervención de ayuda humanitaria que da respuesta a la situación de la migración de Venezuela en Colombia.

El programa entrega Transferencias Monetarias Multipropósito (TMM) a la población migrante de Venezuela, Colombianos que retornan al país y a las comunidades que los acogen.

Buscando mayores y mejores impactos de las TMM en la población beneficiaria, entregamos mensajes clave de nutrición, protección, economía familiar y mecanismos para la regularización de la situación migratoria a través del (ETPV), y sus beneficios entre otros.

SOMOS UNO DE LOS PROGRAMAS DE TRANSFERENCIAS MONETARIAS MÁS GRANDES EN EL PAÍS Y LA REGIÓN.

PERÍODO

Septiembre 2019 - septiembre 2022

Más de 256 mil

personas participantes se beneficiaron con Transferencias Monetarias Multi -propósito en Colombia (TMM)*.

PARTICIPANTES



Personas participantes

Migrantes y refugiados

 **74%**

Colombianas retornadas y de comunidades de acogida

 **26%**

 **55%**

 **45%**

Meta inicial de **210.000** personas, superada en **22%** y alcanzando **256.786**





CARACTERIZACIÓN DE PARTICIPANTES

MIGRANTES VENEZOLANOS

190.952

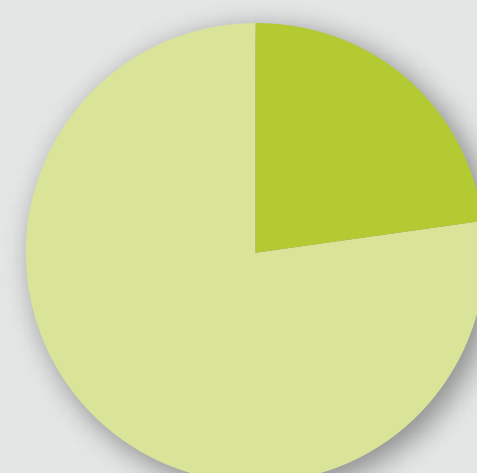


74%

SOBRE EL TOTAL DE BENEFICIARIOS.



34 %



23 %



21 %



22 %

COLOMBIANAS RETORNADAS

14.530

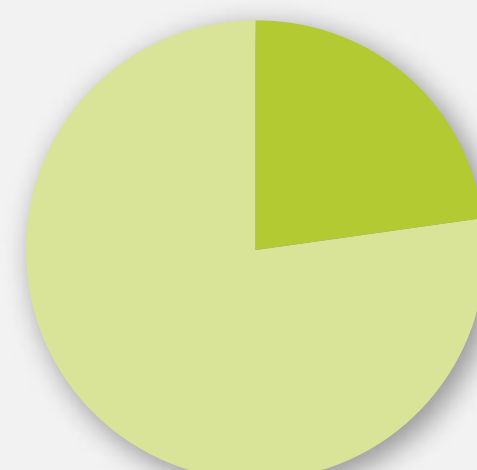


6%

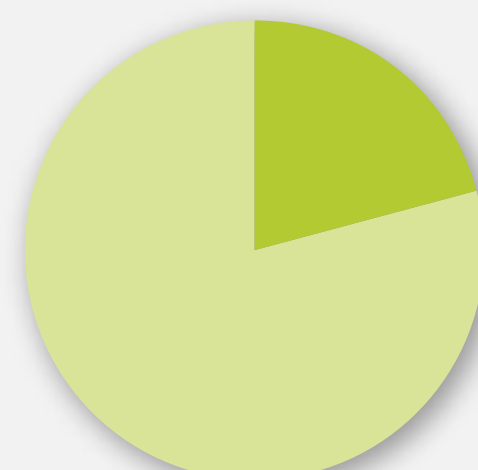
SOBRE EL TOTAL DE PARTICIPANTES.



33 %



23 %



22 %



22 %

COMUNIDADES DE ACOGIDA

51.304

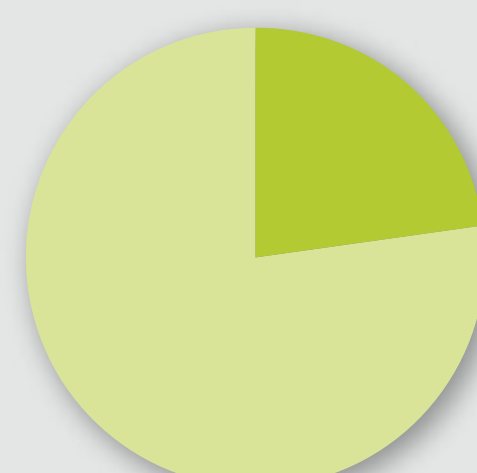


20%

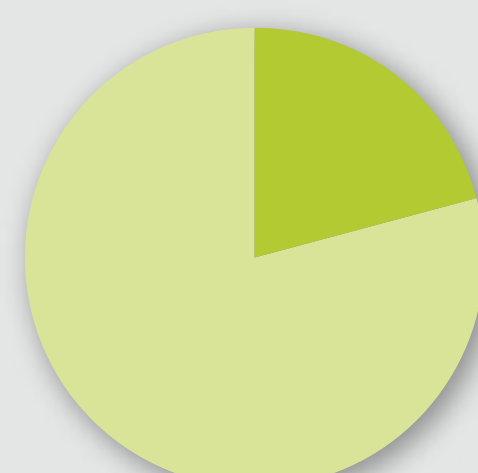
SOBRE EL TOTAL DE BENEFICIARIOS.



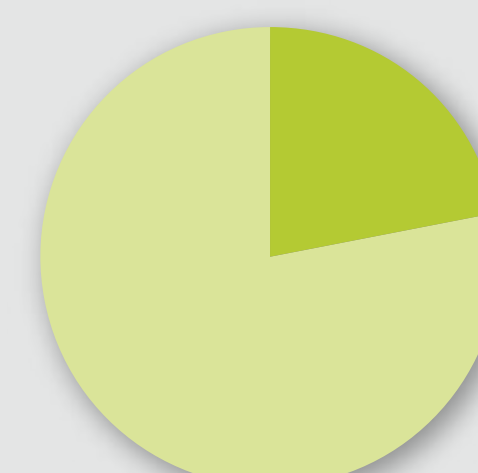
34 %



24 %



21 %



21 %



USO Y EFECTOS DE LA ASISTENCIA HUMANITARIA

Las personas participantes utilizaron la asistencia del primer mes para cubrir las siguientes prioridades:

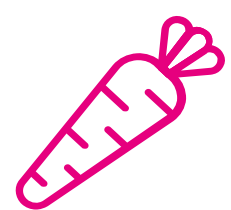


- **99%** de las personas participantes afirmaron estar satisfechas con la modalidad de entrega.
- **95%** de las personas participantes afirmaron estar satisfechas con los montos recibidos.

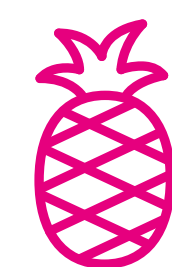
SEGURIDAD ALIMENTARIA

Las TMM contribuyen a mejorar la seguridad alimentaria de los hogares beneficiarios. En promedio, los hogares aumentaron el consumo semanal de los siguientes alimentos:

4



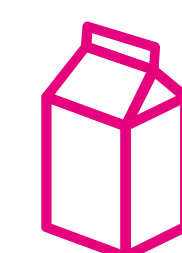
VERDURAS: de **2** a **4** veces por semana.



FRUTAS: de **1** a **3** veces por semana.



CARNE: de **3** a **5** veces por semana.



LÁCTEOS: de **2** a **4** veces por semana.

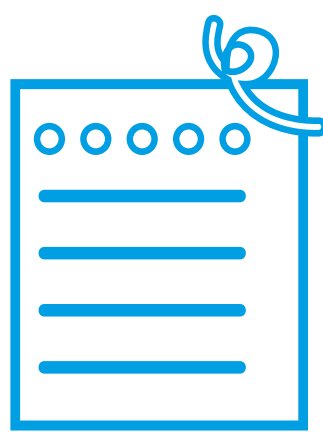


COMUNICACIONES

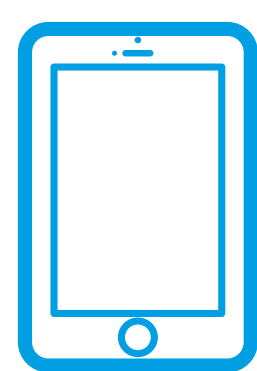
En el marco de la estrategia de comunicaciones de ADN Dignidad, fueron desarrolladas las siguientes acciones:

1. Productos de información:

- Sobre el programa y mensajes clave de economía familiar, nutrición saludable, rutas de protección, Violencias Basadas en Género (VBG), antifraude regularización de la situación migratoria, antixenofobia y por la integración socioeconómica y cultural:



214 mil folletos y **42 mil** cartillas distribuidos, sobre el programa.

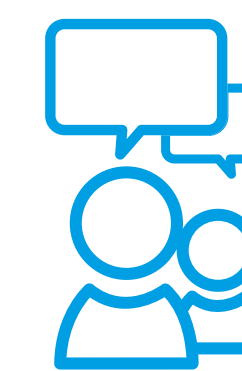


5.8 millones de SMS enviados con mensajes clave.

- Trabajamos en la difusión y el posicionamiento del programa por medio de:



www.adndignidad.co
124 mil vistas y cerca de **40 mil** usuarios.



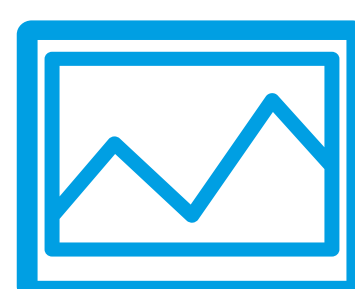
Comunicados de prensa regionales y nacionales con **3 millones** de audiencia.

2. Comunicación y diálogo:

Formación en radio digital y fotoreportería para promover la solidaridad y la igualdad de oportunidades. Más de **170** participantes produjeron:



25 podcasts [\(Escuchar\)](#).



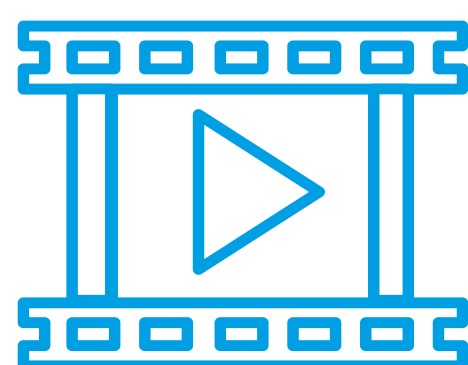
24 exposiciones fotográficas itinerantes y **1** digital [\(Ver\)](#).



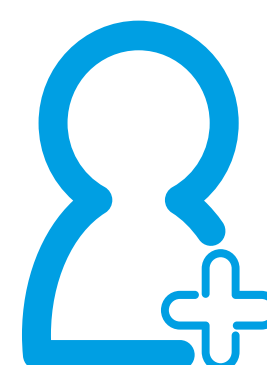
VIDAS: [libro digital](#).

3. Mensajes de sensibilización:

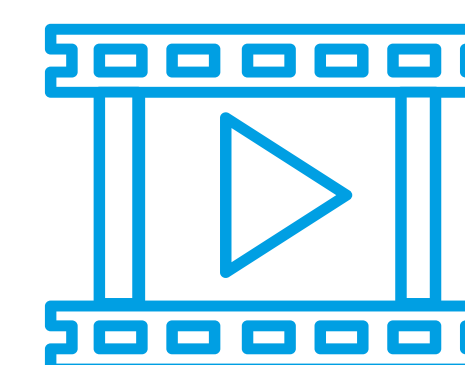
Producción de audiovisuales, integrando personas participantes en el programa, para brindar mensajes de prevención del fraude, integración socioeconómica y contra la xenofobia.



[Sabor sin fronteras](#): serie web de gastronomía de **7** capítulos. **890 mil** interacciones.



5 historias de vida documentadas. **750 mil** visitas. [\(Ver\)](#)



Cuestión de fraude: serie web antifraude de **6** capítulos. [\(Ver\)](#)

GESTIÓN DE RIESGOS

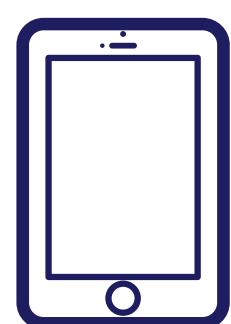
La estrategia de Gestión de Riesgos de ADN Dignidad permite analizar, detectar y mitigar los riesgos derivados de la operación que puedan poner en peligro los intereses de las personas participantes y de las organizaciones socias del Consorcio. Estas han sido las principales acciones:

1. Auditorías internas y externas con expertos en riesgos e identificar medidas correctivas:

- Diseño e implementación de un Sistema de Auto-control y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo – SAGRLAFT.
- Adopción de medidas para cumplir con la normativa colombiana en materia de protección de datos personales.

2. Monitoreo de riesgos e implementación de medidas de mitigación:

- Formación sistémica en gestión de riesgos a más de **150** integrantes de los equipos en el terreno.
- Construcción de un plan de gestión para la administración de los riesgos de fraude y suplantación relacionados con el programa:



Envío de **960 mil** SMS para sensibilizar a las poblaciones sobre la detección y denuncia de posibles casos de fraude o suplantación.



Definición de procedimientos internos estándar y rutas legales para que los socios del consorcio puedan interponer denuncias ante las autoridades competentes en posibles casos de suplantación de imagen.



Diseño e implementación de **15** puntos de control para identificar posibles casos de fraude a lo largo del ciclo operativo del programa.

3. Fortalecer la gestión de riesgos de las organizaciones que forman parte de la Arquitectura Humanitaria:

6

Co-lideramos el grupo de análisis de respuesta del Grupo de Transferencias Monetarias (GTM), desarrollando acciones de acompañamiento y formación en gestión de riesgos a sus miembros.



RENDICIÓN DE CUENTAS

Las siguientes acciones fueron desarrolladas para garantizar el cumplimiento de los compromisos de rendición de cuentas acordados con las personas participantes y demás actores involucrados en el desarrollo del programa:

1. Comunicación con comunidades:

Casos atendidos **121.235**

DESAGREGADO POR TIPO DE PQR	Cantidad y %	
PETICIONES	11.7098	96,60%
QUEJAS	1.940	1,60%
RETROALIMENTACIONES	2.095	1,70%
DESCARTADO	102	0,10%



Más de **3.300** conversaciones registradas en el WhatsApp bot suministrando información sobre el programa y otras preguntas frecuentes de los participantes.



Más de **40.000** ideas para la mejora operativa del programa, recogidas en colaboración con la organización Kuja Kuja.

2. Mecanismo de retroalimentación: peticiones, quejas y retroalimentaciones (PQR):

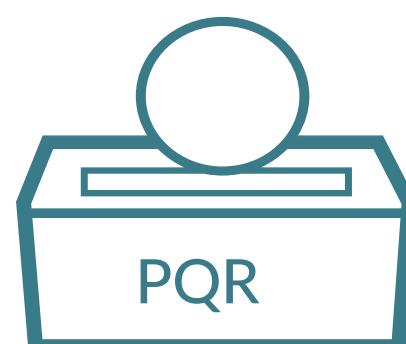
Canales disponibles:



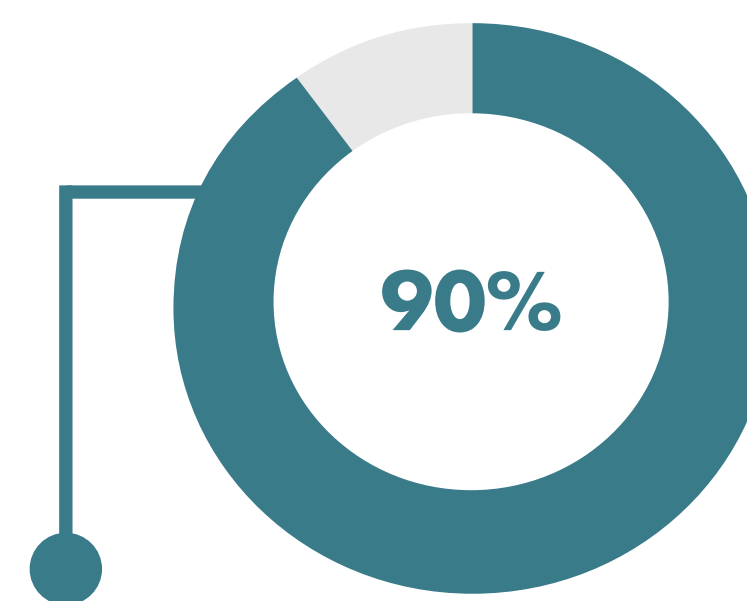
3 correos electrónicos.



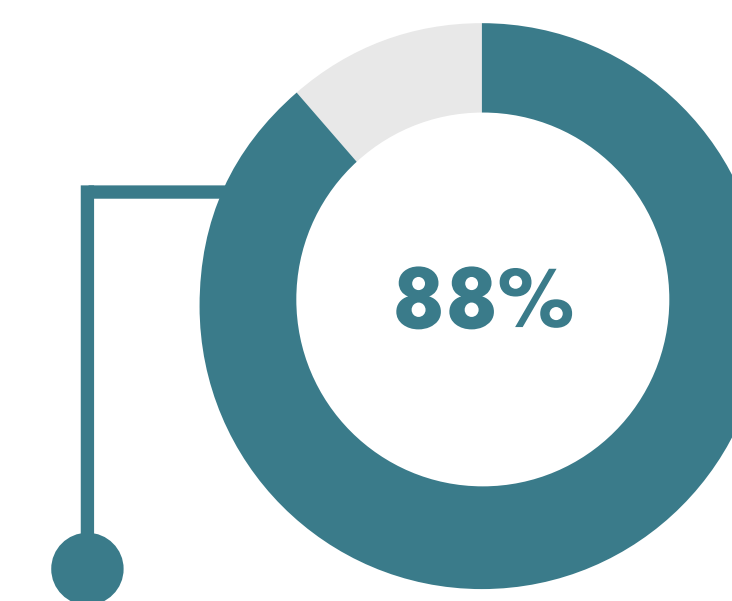
6 líneas telefónicas.



19 buzones PQR.



de los participantes conoce los canales PQR.



de los participantes están satisfechos con el manejo de su PQR.

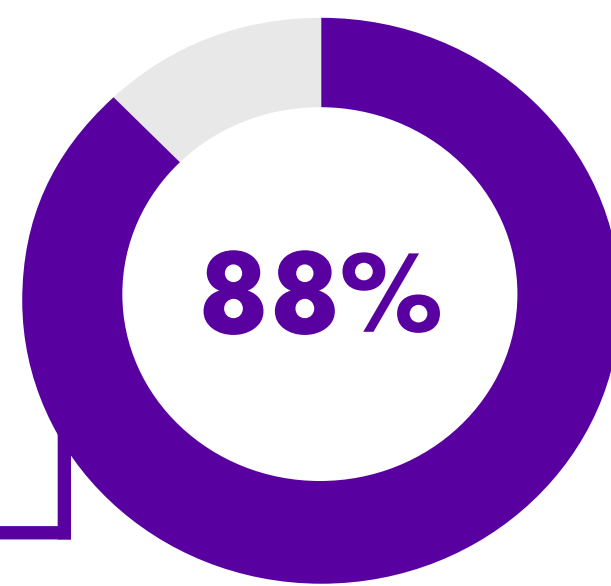
3. Actividades del programa con las y los participantes:

7

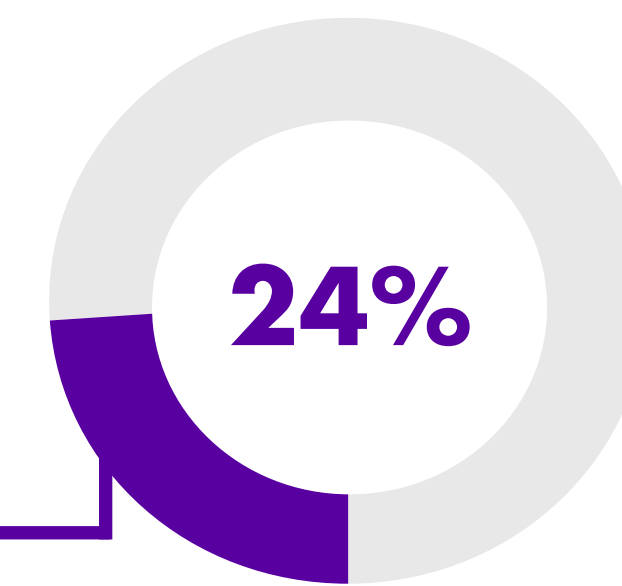
Realizamos eventos de rendición de cuentas en todas las áreas geográficas de operación con la asistencia de personas participantes, comunidades y organizaciones aliadas.



PROTECCIÓN Y GÉNERO



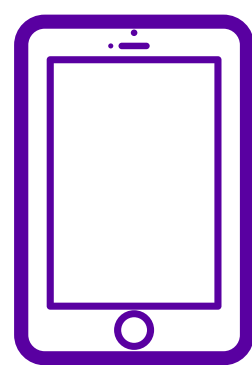
de las personas participantes declaró que la asistencia humanitaria generó un cambio positivo en las dinámicas del hogar.



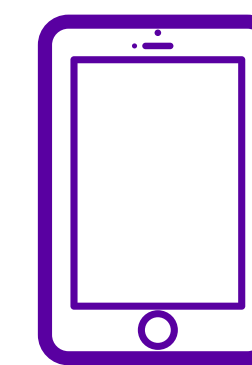
de las personas participantes declaró que la asistencia contribuyó a generar un cambio positivo en las dinámicas de la comunidad.

En el marco de la estrategia de protección, fueron desarrolladas las siguientes acciones:

1. Crear y entregar mensajes clave de protección, género y regularización de la situación migratoria para el programa:



Más de **1 millón** de SMS enviados con información sobre protección y violencia de género.



467 mil SMS enviados con información sobre el Estatuto Temporal de Protección para el Migrante Venezolano (ETPV).

2. Fortalecer el componente transversal de protección y género para el programa:

- Análisis de género del programa para identificar las barreras y los impactos diferenciados de la asistencia y diseñar herramientas para mejorar el acceso de mujeres, personas con discapacidad y personas LGBTIQ+.
- Construcción de **4** rutas de protección, un directorio de orientación para la población migrante y **2** manuales operativos sobre: identificación de riesgos de protección y derivación de casos y documentos justificativos para ingresar al programa.
- Creación de **3** guiones metodológicos para desarrollar talleres complementarios en prevención de VBG, sensibilización de derechos de niños y niñas y cuidado a personas cuidadoras.

8

3. Capacitación de equipos en terreno y helpline y creación de herramientas. 40 sesiones de formación en:

- Flujos migratorios mixtos.
- ETPV.
- Manual Esfera.
- Lenguaje inclusivo y discapacidad.
- Género.
- Primeros auxilios psicológicos.
- Identificación de líneas para derivar casos de ideación suicida, maltrato infantil y autocuidado.

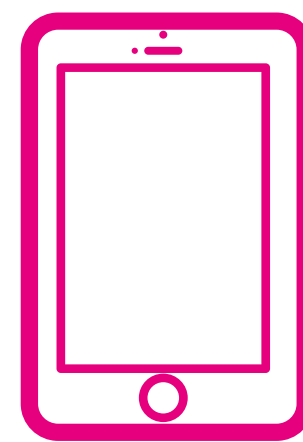


NUTRICIÓN

Talleres y mensajes clave de nutrición para las personas participantes del programa, por ejemplo:



58.618 personas participaron en talleres y presentaciones con mensajes clave de nutrición para aumentar el impacto de las TMM en el estado nutricional de la población participante.



883 mil SMS enviados con mensajes clave de nutrición.



21.612 niños y niñas entre 0 y 59 meses se beneficiaron a través de mensajes para una mejor nutrición entregados a sus padres o cuidadores.

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

- Adelantamos un riguroso ejercicio de evaluación de los impactos del programa en los participantes con apoyo de 3ie.
- Se realizaron **2** líneas de base y **2** líneas de salida para medir el progreso y los efectos del programa en indicadores relacionados con seguridad alimentaria, satisfacción de necesidades básicas y acceso a alojamiento digno.
- Participamos en los análisis de mercado y monitoreo de precios organizados por el GTM cuatrimestral.
- Revisamos los aprendizajes a través de un ejercicio anual para capturar las buenas prácticas, los retos y las lecciones aprendidas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

100

Organizaciones aliadas en el orden local.

10

Organizaciones internacionales.

65

Organizaciones locales y entidades comunitarias.

25

Instituciones gubernamentales.

