

# Iniciativa conjunta de monitoreo de mercados (JMMI)

Marzo 2021

Grupo de Trabajo de Transferencias Monetarias (GTM)

Marzo 25, 2021

# Agenda

1. Resumen general
2. Resultados: mercados de productos alimenticios y no alimenticios
  1. Monitoreo y expectativas de precios
3. Resultados: mercado de alojamiento
4. Preguntas y retroalimentación

# Resumen general



## Objetivos de investigación:

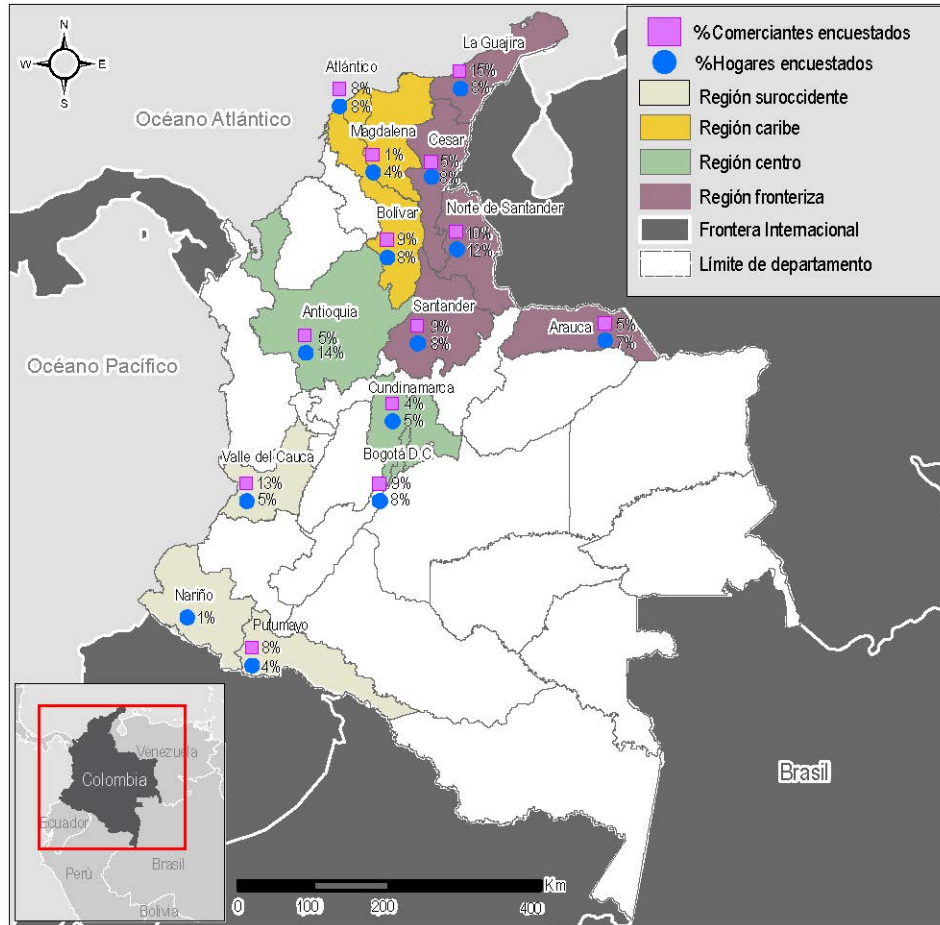
- **Comprender y monitorear los factores relevantes de los mercados priorizados** por el GTM para determinar el grado de funcionalidad de los mercados focalizados.
- **Monitorear** precios y disponibilidad de productos básicos de manera sistemática y regular.
- **Tener una mayor comprensión del mercado de la vivienda** para población migrante en Colombia
- **Monitorear el precio de la vivienda**, según el tipo de esta.



## Metodología:

- Cuestionario cuantitativo → entrevistas con comerciantes y con hogares beneficiarios de transferencias multipropósito
- Un mínimo de 4 precios por municipio cubierto
- 20 encuestas por municipio (por socio participante)
- 1 semana de recolección.
- Recolección presencial para algunos comercios y remota con otros y con beneficiarios.
- Monitoreo cada dos meses.

# Resumen general: cobertura



## Población de interés

**Comerciantes:**  
Minoristas/mayoristas  
(venta a los consumidores  
y a otros comerciantes)

**Hogares:** beneficiarios de  
transferencias que paguen  
para acceder a  
alojamiento



## Período de recolección de información

8 – 15 de marzo 2021

12

**Socios participantes -  
¡Gracias!**

14

**Departamentos cubiertos**

93

**Comerciantes  
entrevistados**

22

**Productos monitoreados**

792

**Hogares entrevistados**

# Resumen general: limitaciones



1.) **Las conclusiones de esta evaluación son indicativas**, la cantidad de datos reunidos no es una muestra representativa, por lo que los resultados no pueden extrapolarse y no son generalizables a las poblaciones de interés.

1.1) Si bien para el componente de alojamiento se alcanza el tamaño deseado para una muestra representativa, sólo para el tipo de alojamiento casa o apartamento, las conclusiones son extrapolables. Sin embargo, esta muestra no se definió de manera aleatoria, sino intencional.

2.) Debido a las restricciones para la recolección de datos, esta se llevó a cabo donde y con quienes fue posible recolectar información durante la semana de recolección. Esto puede significar que **algunos departamentos y municipios por estado pueden estar sobrerrepresentados o infrarrepresentados en la muestra final**.

3.) Las conclusiones se basan en respuestas auto informadas y, por lo tanto, **están sujetas a cierto grado de sesgo**.

# Resultados: mercados de productos alimenticios y no alimenticios

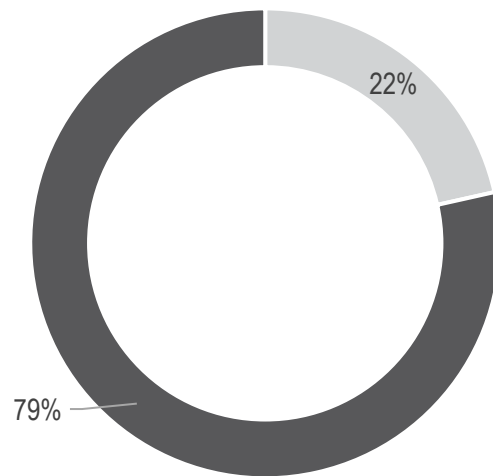


# Resultados: perfil general de los comerciantes

En total, se entrevistaron 93 comerciantes en los 13 departamentos cubiertos.

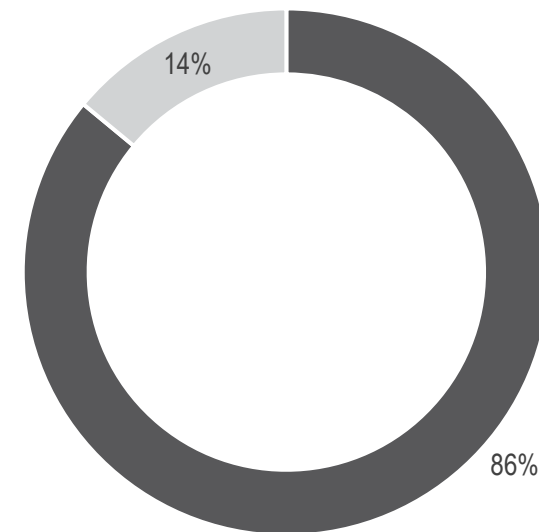


**Proporción de comerciantes según el tipo de productos que reportaron comercializar:**



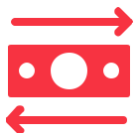
■ Productos alimenticios ■ Ambos, productos alimenticios y productos no alimenticios  
N=93

**Proporción de comerciantes según el tipo con el que se definen:**

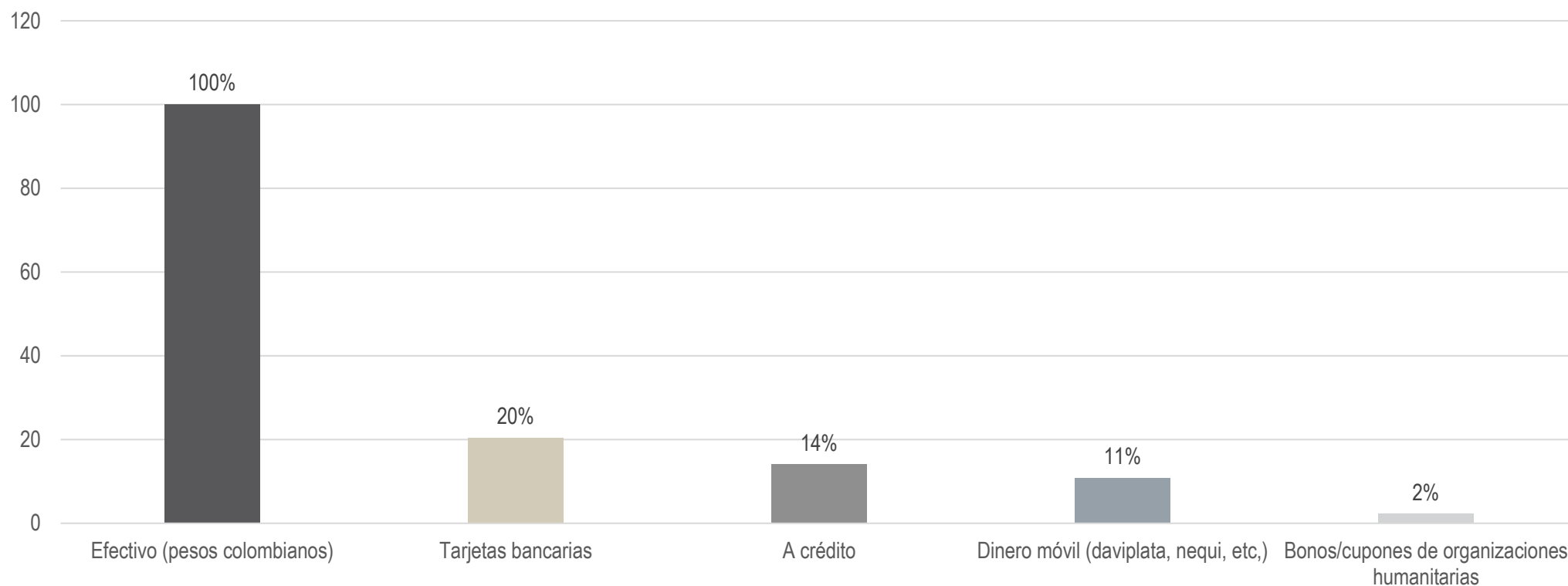


■ Comerciante minorista (es quien vende sólo a consumidores)  
■ Comerciante mayorista (es quien vende a comerciantes y a consumidores)  
N=93

# Resultados: perfil general de los comerciantes



Cinco principales medios de pago aceptados en el comercio, reportados por los comerciantes\*:



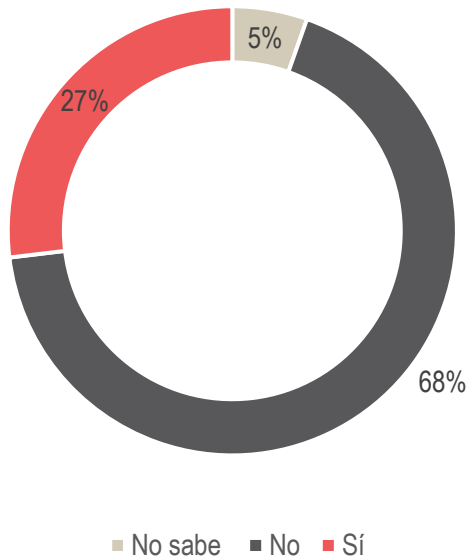
\* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

N=93

# Resultados: capacidad y dificultad para el reabastecimiento

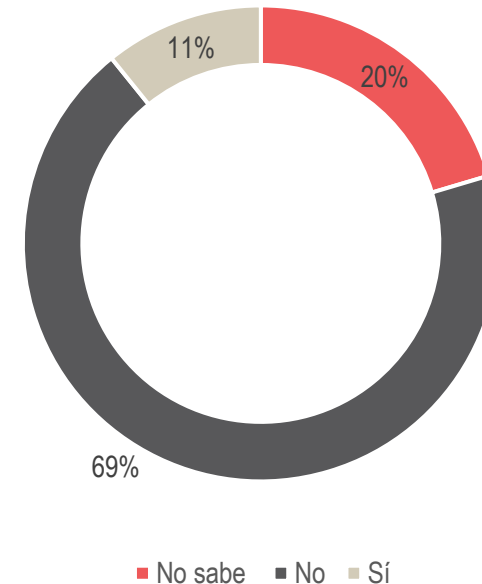


Proporción de comerciantes que reportaron haber enfrentado dificultades para reabastecerse en el mes previo a la recolección de datos:



N=93

Proporción de comerciantes que reportaron esperar enfrentar dificultades para reabastecerse en el mes siguiente a la recolección de datos:



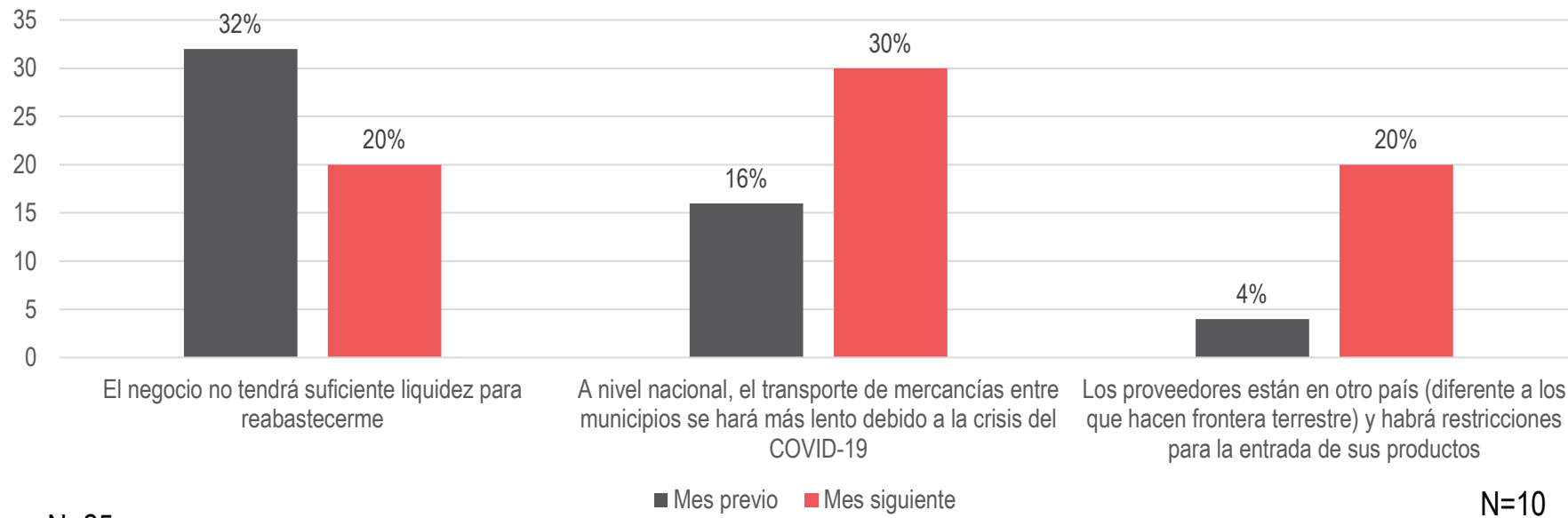
N=93

Los comerciantes reportaron estar en la capacidad de reabastecerse en promedio del **88%** de los productos alimenticios y del **92%** de los productos no alimenticios para los que reportaron información.

# Resultados: dificultades para reabastecerse

La mayoría de los comerciantes que reportaron haber experimentado desafíos en el mes previo a la recolección de los datos, se encontraban en **Putumayo y Atlántico**. La mayoría de los comerciantes que informaron esperar experimentar desafíos en el mes siguiente, se encontraban en **Putumayo y Valle del Cauca**.

**Tres principales dificultades reportadas por los comerciantes para reabastecerse en el mes previo a la recolección de datos y las que reportaron esperar afrontar en el mes siguiente a la recolección\*:**



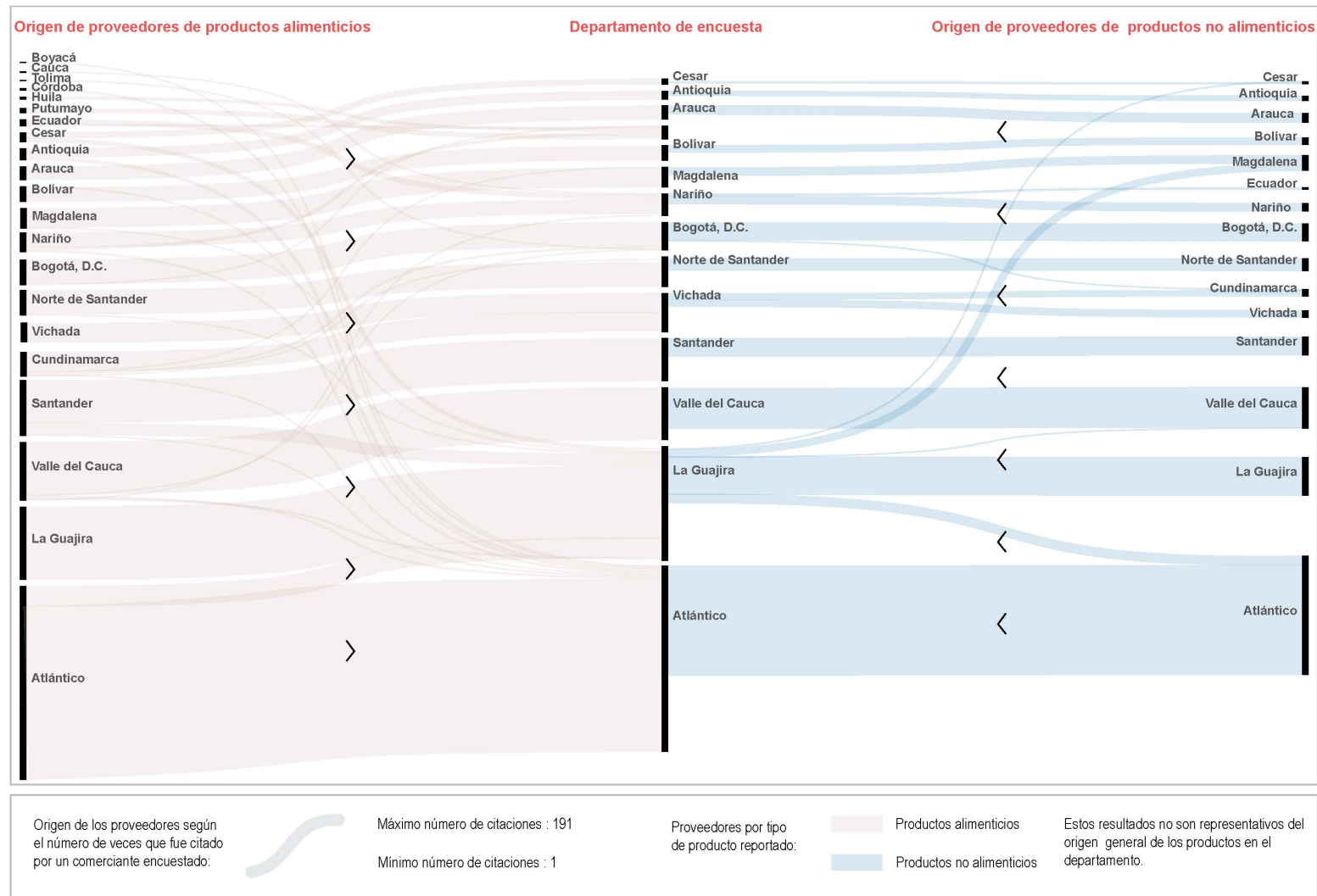
N=25

N=10

El **72%** de los comerciantes que reportaron dificultades (25) para reabastecerse en el mes previo a la recolección de los datos afirmó que estos se transportan en **camión**, lo hacen por **vías principales y secundarias** y tardan en promedio **9 días en reabastecerse** de estos productos.

\* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

# Resultados: origen de los proveedores de los productos alimenticios y no alimenticios



2.1

# Monitoreo y expectativas de precios

# Resultados: mediana de los precios de los productos alimenticios

## Mediana de los precios reportados de los productos alimenticios a nivel nacional:

| Producto                                              | Nacional | Región Centro | Región Caribe | Región Frontera | Región Suroccidente |
|-------------------------------------------------------|----------|---------------|---------------|-----------------|---------------------|
| Arroz (1 kg)                                          | \$ 3.300 | \$ 3.250      | \$ 3.100      | \$ 3.300        | \$ 3.200            |
| Lentejas (1 libra)*                                   | \$ 2.150 | \$ 2.100      | \$ 2.150      | \$ 2.200        | \$ 1.850            |
| Huevos rojos tipo AA (Unidad )                        | \$ 350   | \$ 350**      | \$ 350        | \$ 350          | \$ 350              |
| Pechuga de pollo (1 libra)*                           | \$ 5.500 | \$ 6.500      | \$ 4.500      | \$ 6.063        | \$ 5.250            |
| Frijoles bola roja (1 libra)*                         | \$ 3.500 | \$ 3.900      | \$ 3.200      | \$ 3.500        | \$ 2.600            |
| Pastas tipo espagueti (1 libra)*                      | \$ 2.100 | \$ 3.000      | \$ 1.450      | \$ 1.950        | \$ 2.000            |
| Harina de maíz (1 kg)                                 | \$ 3.200 | \$ 3.400      | \$ 1.950      | \$ 3.250        | \$ 3.450            |
| Plátano (1 kg)                                        | \$ 1.600 | \$ 2.400      | \$ 1.400      | \$ 1.800        | \$ 1.500            |
| Papa pastusa (1 libra)*                               | \$ 925   | \$ 800        | \$ 775        | \$ 1.100        | \$ 900              |
| Yuca (1 libra)*                                       | \$ 1.050 | \$ 1.100      | \$ 1.000      | \$ 1.500        | \$ 1.000            |
| Aceite (1 Lt)                                         | \$ 6.000 | \$ 7.350      | \$ 6.000      | \$ 5.500        | \$ 5.150            |
| Tomate chonto (1 libra)*                              | \$ 2.000 | \$ 1.500      | \$ 1.900      | \$ 2.200        | \$ 1.900            |
| Leche (1 Lt)                                          | \$ 3.000 | \$ 3.200      | \$ 2.900      | \$ 2.900        | \$ 3.000            |
| Lomitos de atún en lata en aceite (1 unidad (170 gr)) | \$ 4.900 | \$ 6.000      | \$ 4.850      | \$ 4.500        | \$ 4.550            |

\*Precios que aumentaron con respecto a la ronda anterior. \*Precios que disminuyeron con respecto a la ronda anterior \*\* Precios que no cambiaron \*Unidades que cambiaron con respecto a la ronda anterior, por tanto, no son comparables.

# Resultados: mediana de los precios de los productos no alimenticios

## Mediana de los precios reportados de los productos no alimenticios de agua, higiene y saneamiento a nivel nacional:

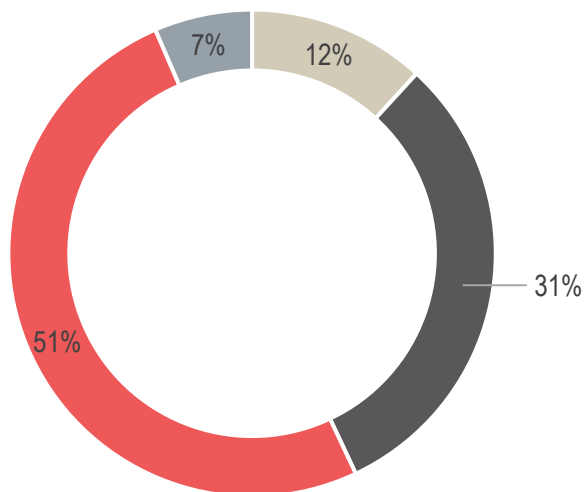
| Producto                                               | Nacional  | Región Centro | Región Caribe | Región Frontera | Región Suroccidente |
|--------------------------------------------------------|-----------|---------------|---------------|-----------------|---------------------|
| Papel higiénico doble hoja (1 unidad )                 | \$ 1.700  | \$ 1.600      | \$ 1.300      | \$ 1.700        | \$ 1.700            |
| Toallas higiénicas (1 paquete de 10 unidades sin alas) | \$ 3.900  | \$ 4.200      | \$ 4.150      | \$ 3.400        | \$ 3.750            |
| Jabón de ropa en barra (1 barra de 300gr)              | \$ 1.600  | \$ 1.700      | \$ 1.450      | \$ 1.250        | \$ 1.650            |
| Crema de dientes (1 tubo de 100gr)                     | \$ 2.800  | \$ 2.500      | \$ 2.750      | \$ 2.850        | \$ 4.350            |
| Jabón de uso personal en barra                         | \$ 2.200  | \$ 2.200      | \$ 2.500      | \$ 2.100        | \$ 2.000            |
| Pañales (1 paquete 30 unidades)*                       | \$ 23.250 | \$ 23.500     | \$ 25.500     | -               | \$ 23.600           |
| Cloro (1 Lt)                                           | \$ 2.250  | \$ 2.500      | \$ 1.500      | \$ 2.600        | \$ 2.200            |
| Tapabocas quirúrgico (1 unidad )                       | \$ 700    | \$ 800        | \$ 700        | \$ 500          | \$ 850              |

\*Precios que aumentaron con respecto a la ronda anterior. \*Precios que disminuyeron con respecto a la ronda anterior \*\* Precios que no cambiaron o no se puede reportar cambio por falta de información en la ronda anterior \*Unidades que cambiaron con respecto a la ronda anterior, por tanto, no son comparables.

# Resultados: expectativas sobre los precios

La mayoría de los comerciantes que reportaron esperar un aumento en los precios de los alimentos están en **Cundinamarca y Bogotá**. Para el caso del aumento esperado de los precios de los productos no alimenticios están en **Putumayo y Altántico**.

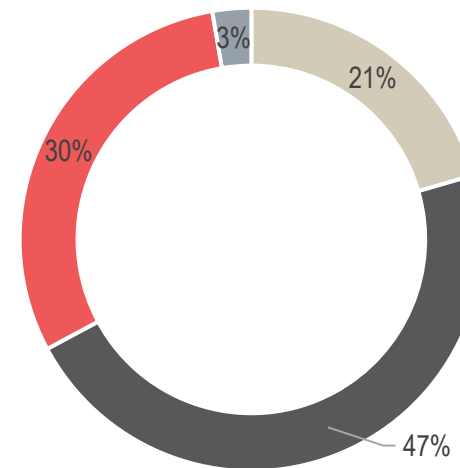
**Expectativas reportadas por los comerciantes sobre los precios de los alimentos durante el mes siguiente a la recolección de los datos:**



■ No sabe ■ No cambien ■ Sí, van a aumentar ■ Sí, van a disminuir

N=93

**Expectativas reportadas por los comerciantes sobre los precios de los productos no alimenticios durante el mes siguiente a la recolección de los datos:**

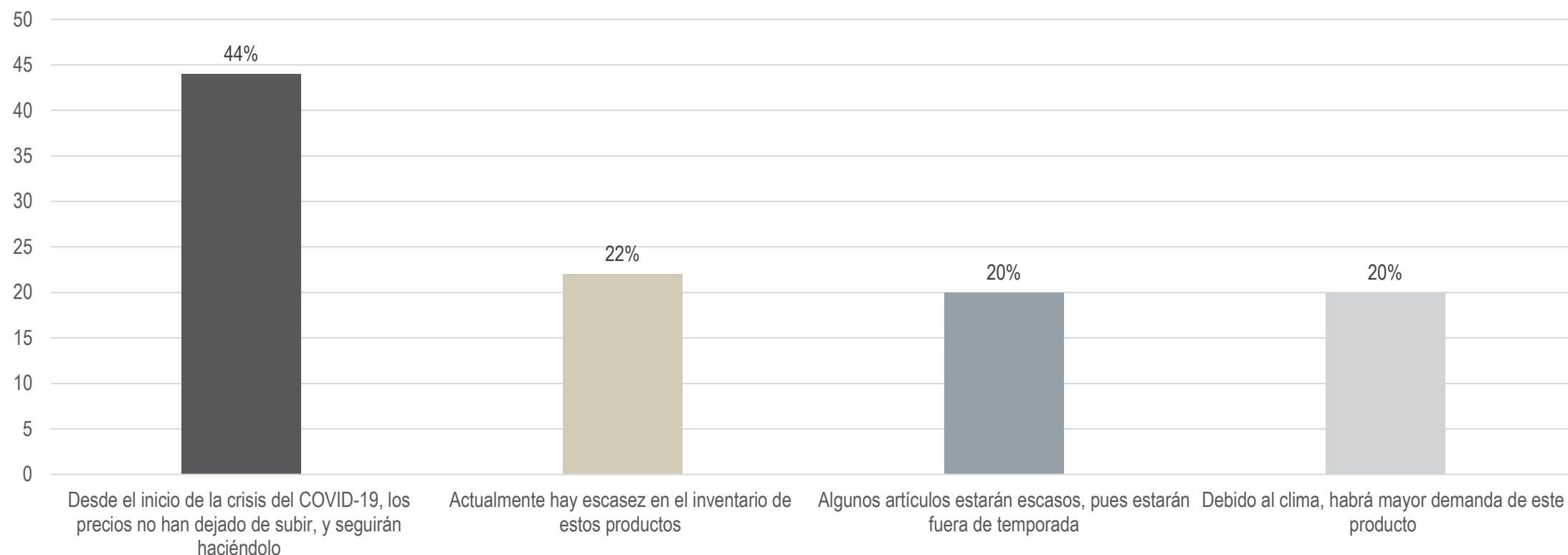


■ No sabe ■ No cambien ■ Sí, van a aumentar ■ Sí, van a disminuir

N=73

# Resultados: expectativas sobre precios

## Razones reportadas por los comerciantes que consideraron que los precios van a aumentar en el mes siguiente a la recolección de los datos:\*



\* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

N=50

# Resultados: Mercado de alojamiento



# Resultados: caracterización hogares encuestados

En total, se encuestaron **792 hogares** en los **14 departamentos** del estudio

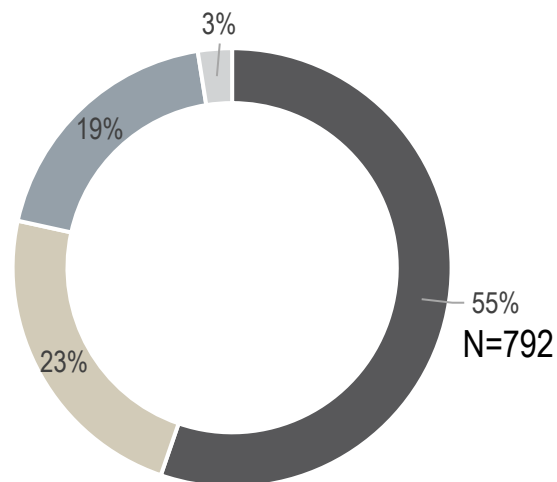
## Sexo de los encuestados:

Hombres - 19%   81% - Mujeres

## Con posesión de documentos migratorios vigentes:

El **47%** de los encuestados con nacionalidad diferente a la colombiana afirmó contar con al menos uno de los documentos migratorios vigentes.

## Proporción de los encuestados según su estatus migratorio:

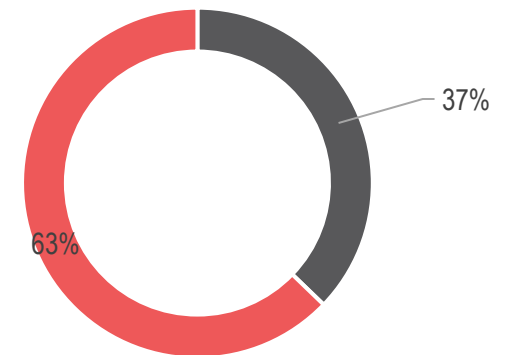


- Migrantes con vocación de permanencia
- Población de acogida
- Migrantes provenientes de Venezuela\*
- Colombianos retornados

\* Aquellos que reportaron haber estado en Venezuela antes de diciembre de 2019

El **69%** de los encuestados reportó haber recibido en los 30 días previous a la recolección de datos algún tipo de ayuda o asistencia ya fuese en efectivo, bonos, especie o servicios.

## Proporción de los encuestados que reportó haber usado la asistencia recibida en materia de alojamiento:

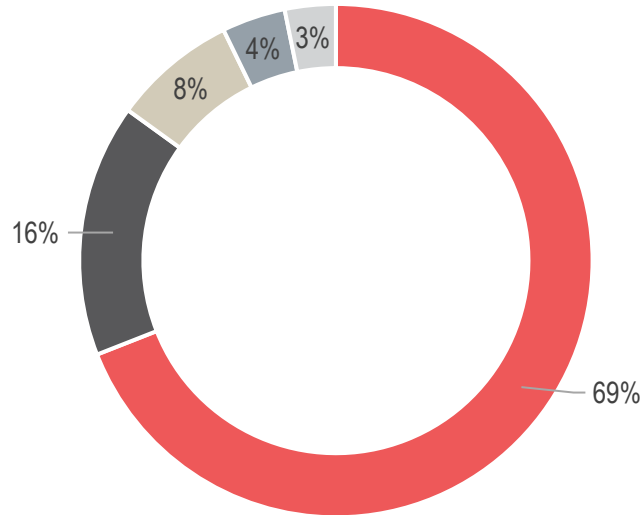


■ No ■ Sí

N=549

# Resultados: tipo de alojamiento y caracterización

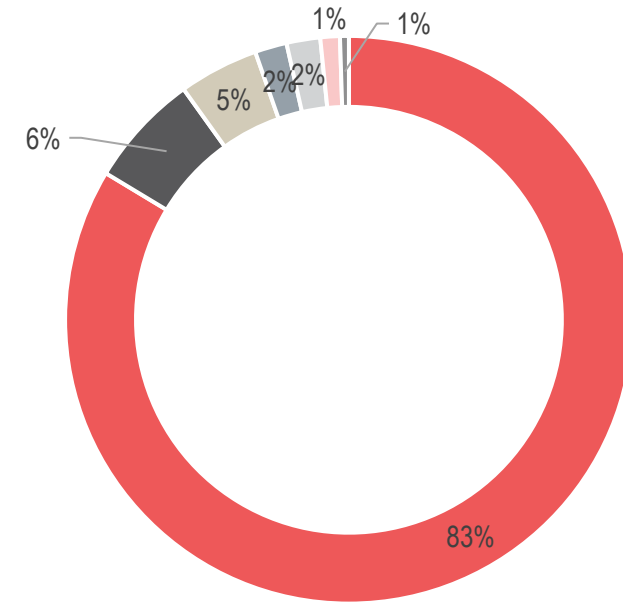
Tipo de alojamiento en que los encuestados reportaron haberse quedado mayoritariamente en los 7 días previos a la recolección de datos:



- Casa o apartamento
- Cuarto en Inquilinato
- Ocupación en terrenos privados mediante asentamientos informales.
- Cuarto en otro tipo de estructura
- Pagadiario o pasadía

N=792

Tipo de titularidad del alojamiento reportado por los encuestados:



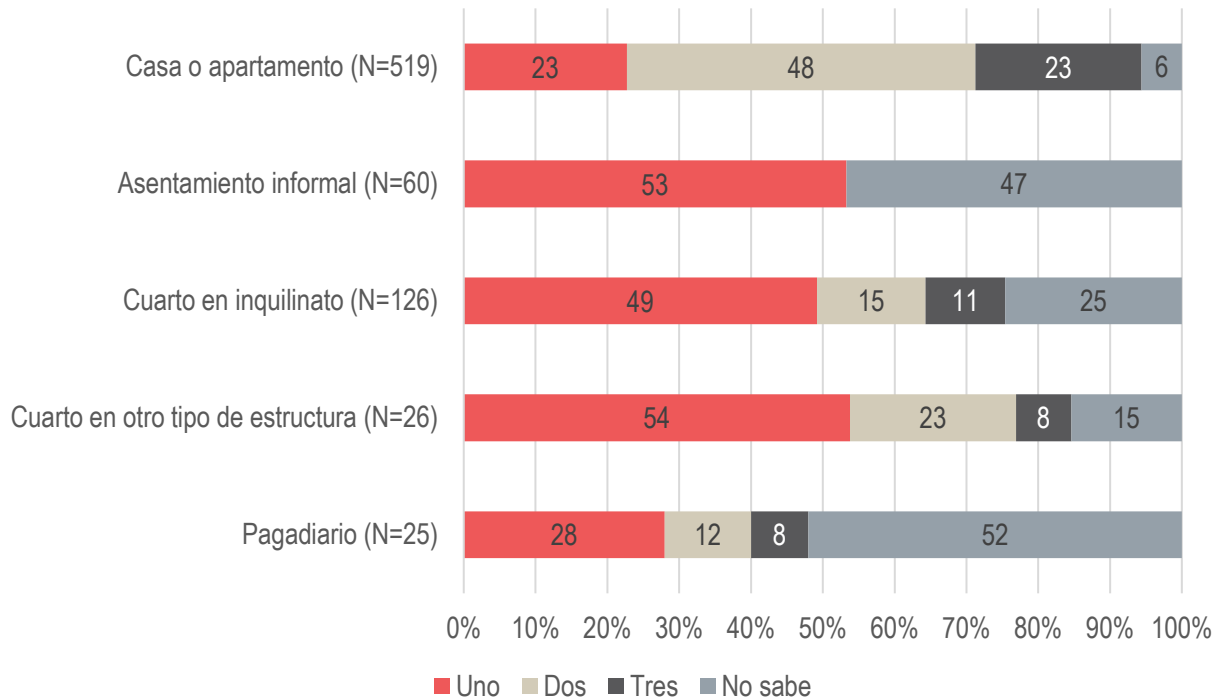
- Arrendado o subarriendo
- Está en la casa de alguien más (familiares o amig@s)
- Posesión sin título (ocupante de hecho) ó propiedad colectiva
- Hospedaje temporal
- Propia, totalmente pagada
- Propia, la están pagando
- En usufructo

N=792

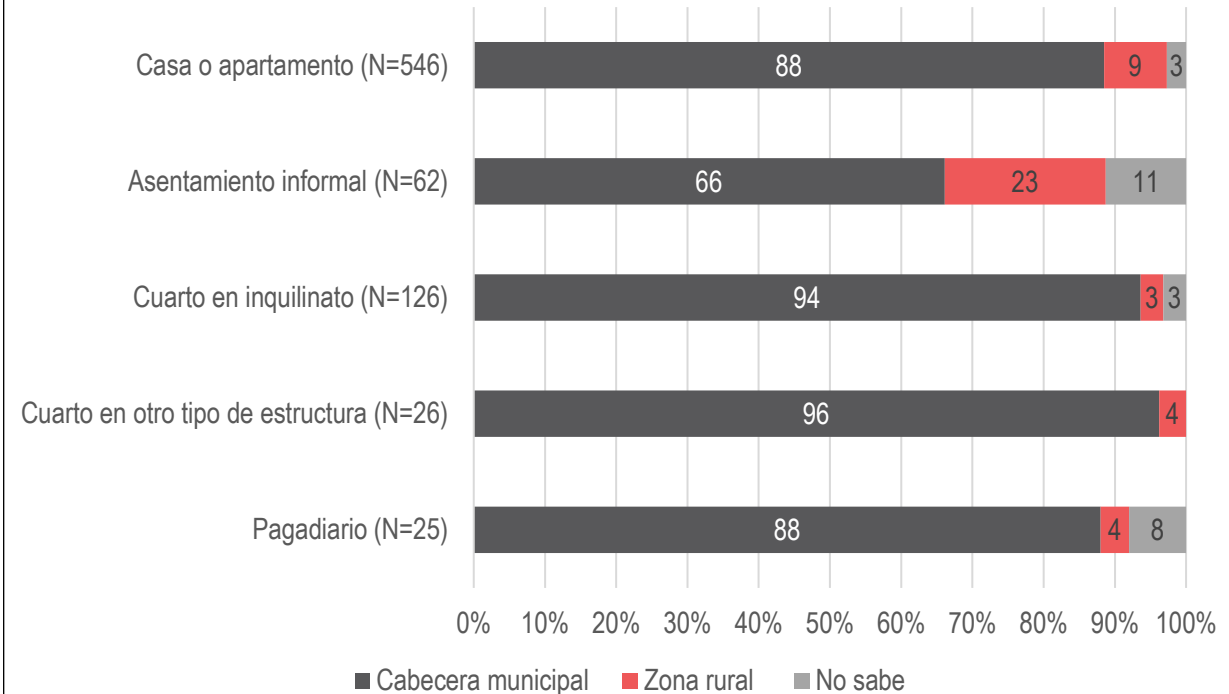
# Resultados: estrato y ubicación por tipo de alojamiento

La estratificación socioeconómica es una clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial por estratos los servicios públicos domiciliarios permitiendo asignar subsidios y cobrar contribuciones en esta área. (DANE, 2020)

## Estrato reportado por tipo de alojamiento\*:



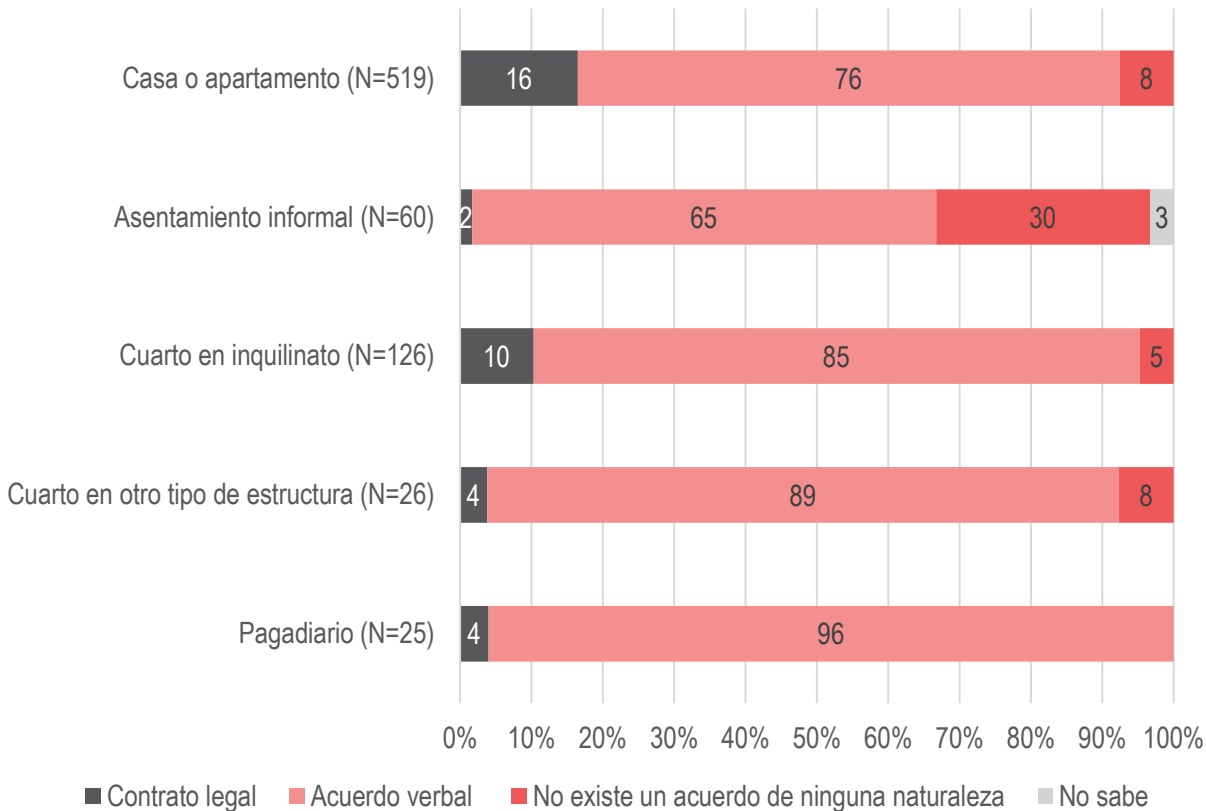
## Ubicación en el municipio del alojamiento reportada por los encuestados:



\* Los cambios en la muestra se deben a que sólo se pregunta estrato a quienes no reportaron que su vivienda era propia.

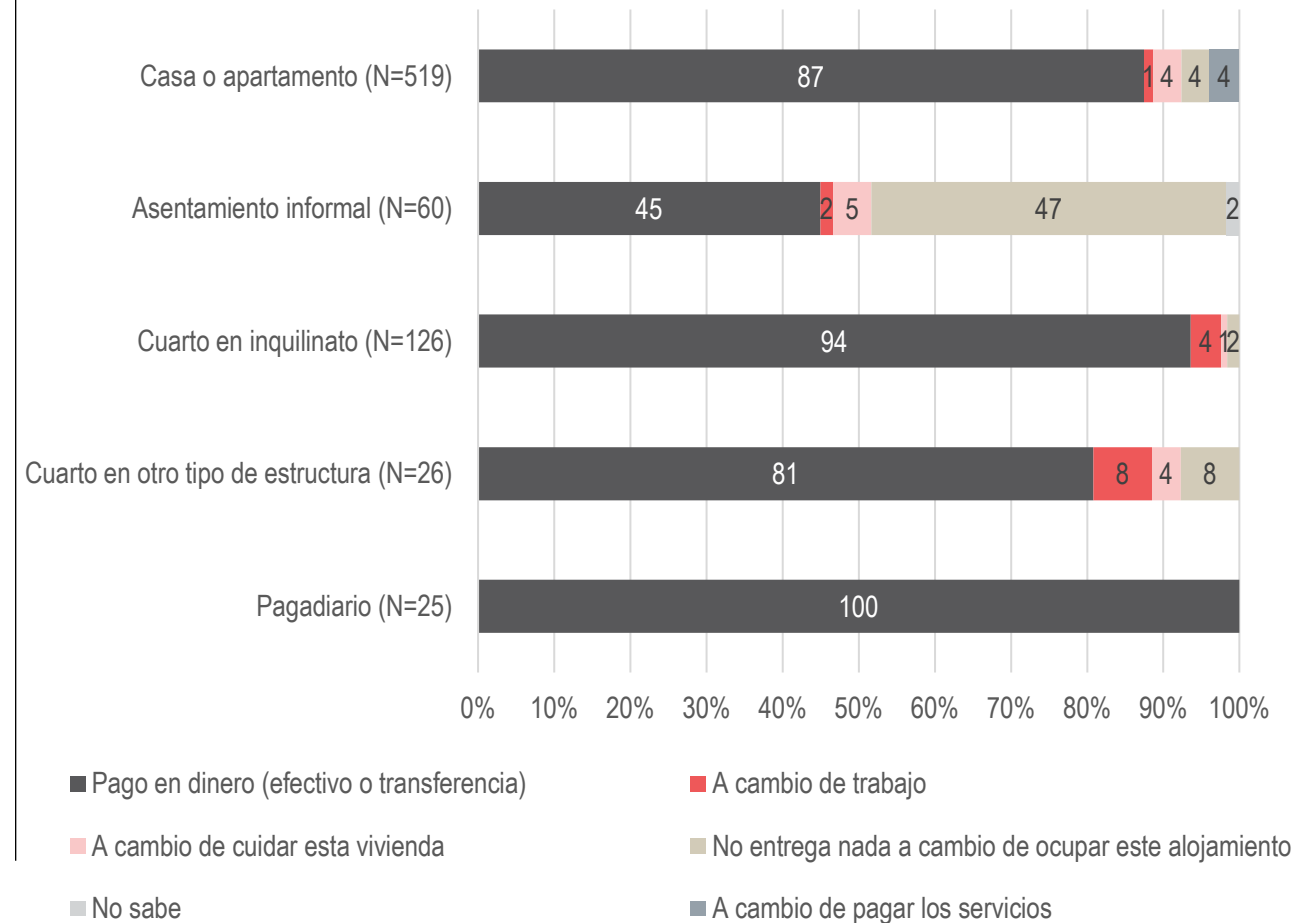
# Resultados: tipo de contrato o acuerdo y medios de pago por tipo de alojamiento

## Tipo de acuerdo o contrato reportado por tipo de alojamiento\*:



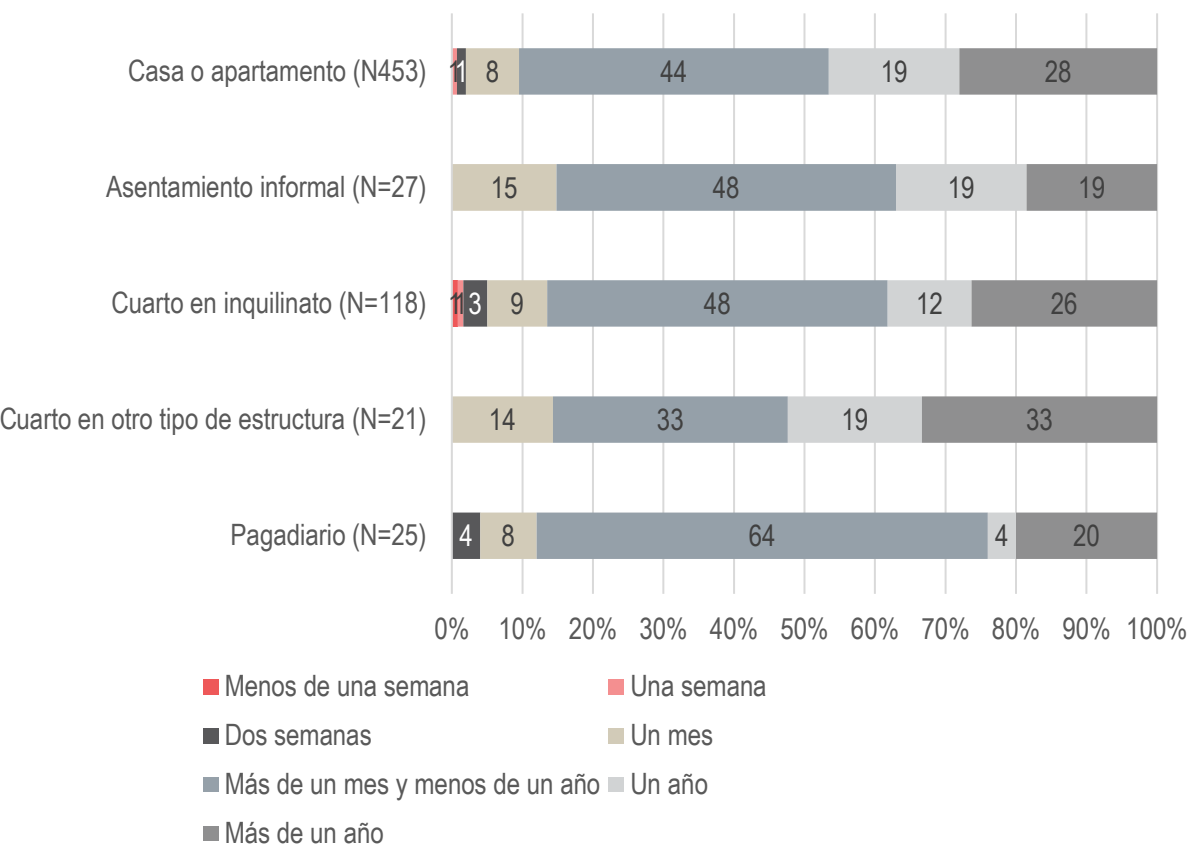
\* Los cambios en la muestra se deben a que sólo se pregunta estrato a quienes no reportaron que su vivienda era propia.

## Medios de pago empleados para el pago reportados por tipo de alojamiento\*:

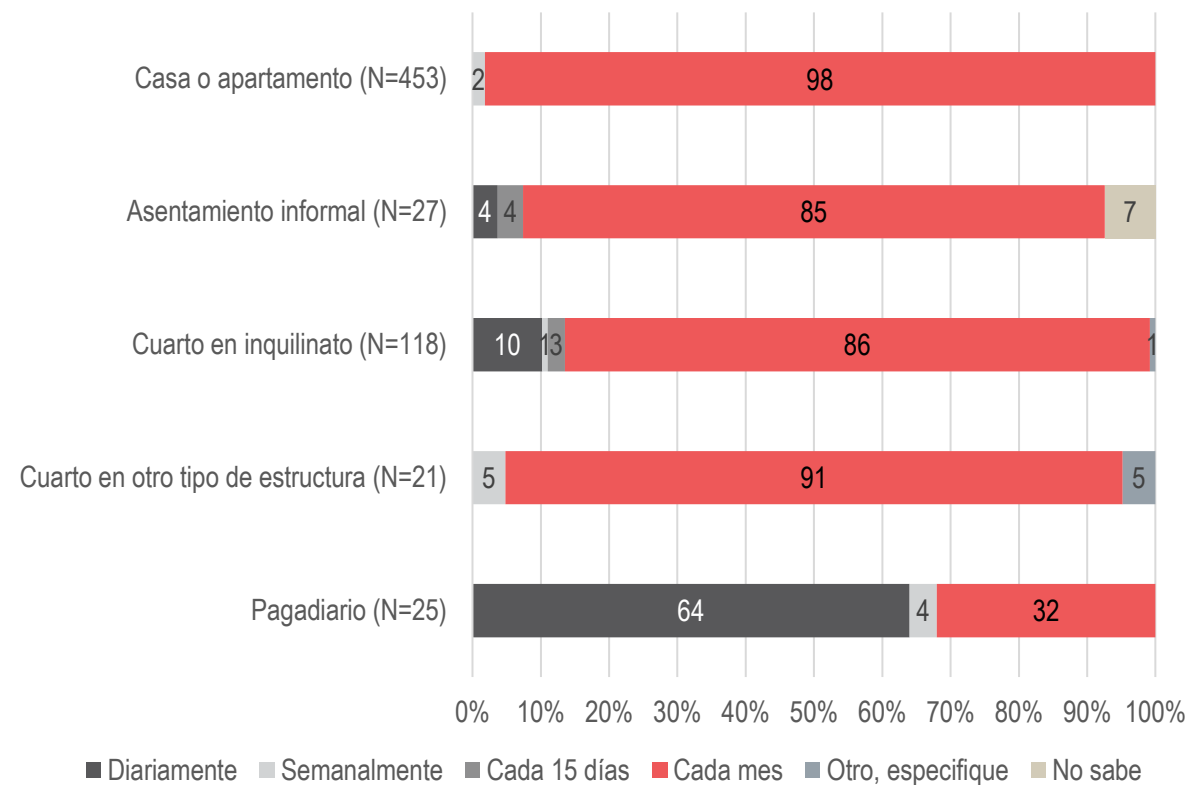


# Resultados: tiempo de estadía y frecuencia de pago por tipo de alojamiento

## Tiempo reportado de estadía en el alojamiento por tipo de alojamiento:

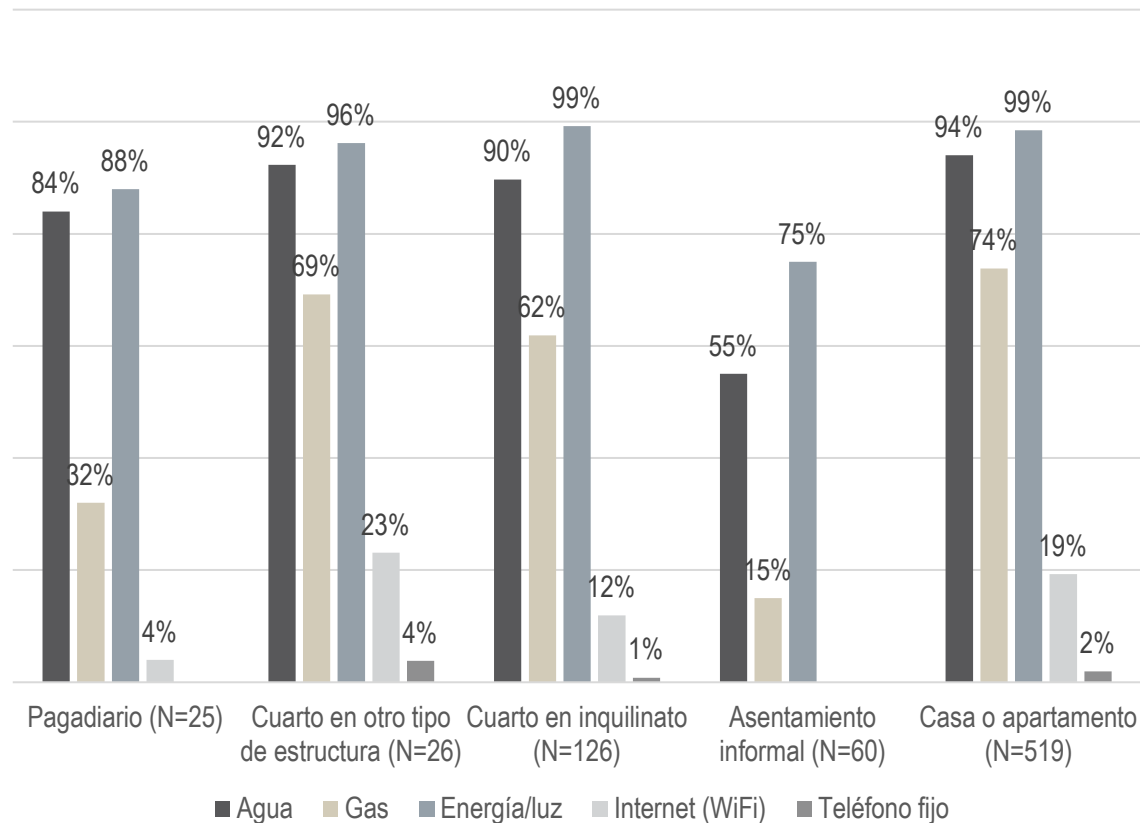


## Frecuencia con la que los encuestados reportaron realizar el pago del alojamiento según tipo de alojamiento:



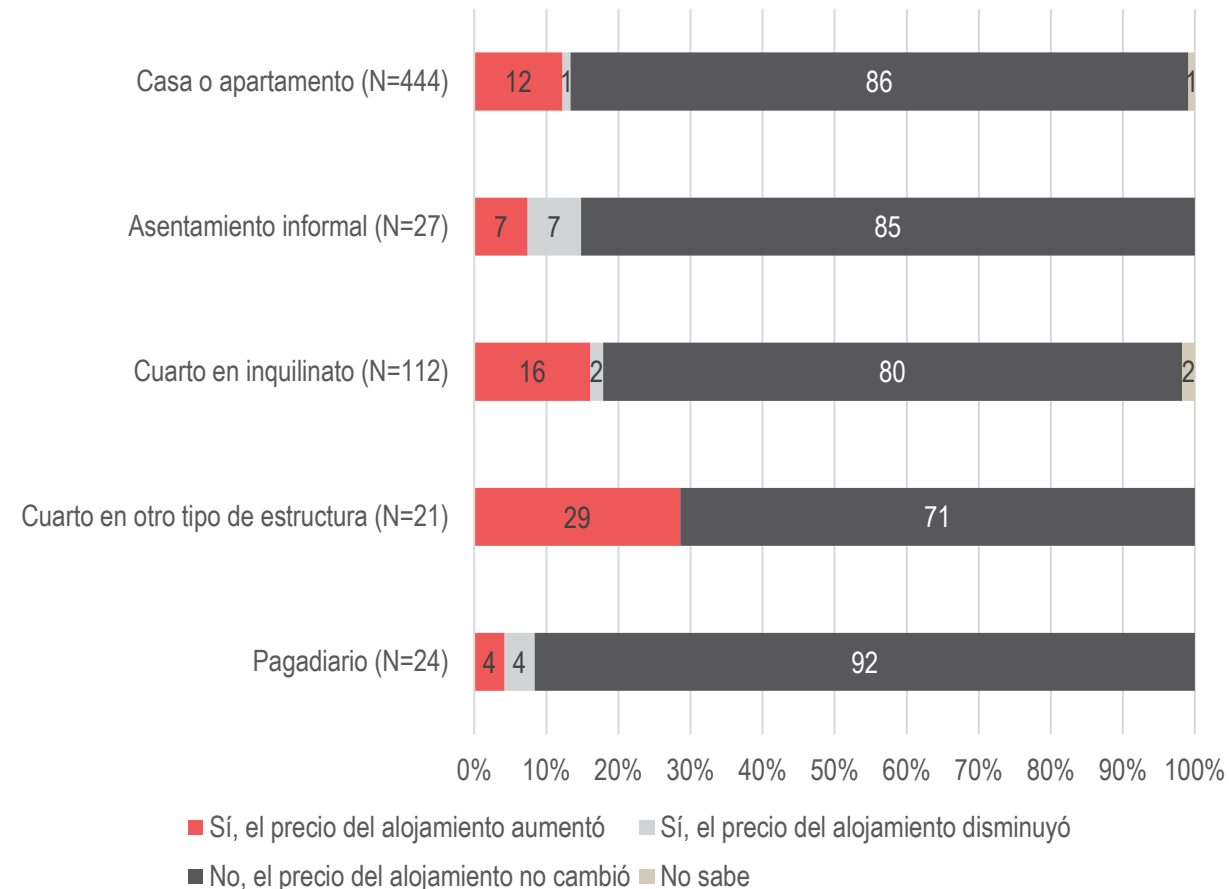
# Resultados: características físicas del alojamiento y cambios de precios reportados

## Servicios con los que cuenta el alojamiento reportados por los encuestados\*:



\* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

## Cambios reportados en el precio del alojamiento:



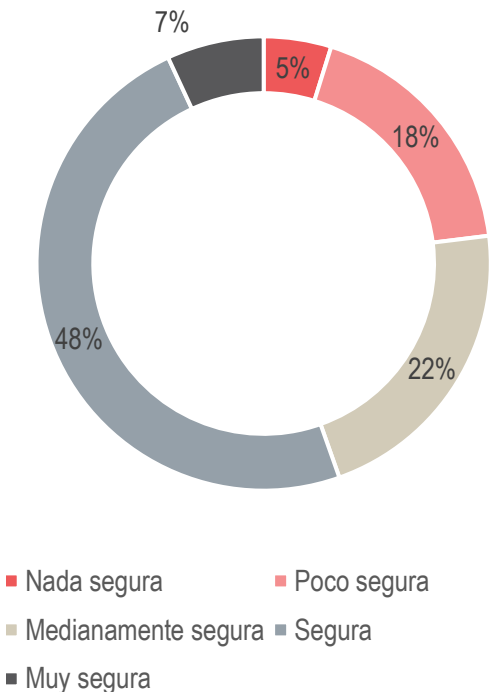
# Resultados: mediana del costo del alojamiento mensual por tipo de alojamiento, estrato, a nivel nacional y por región

| T.A                               | Estrato   | Nacional   | Región centro | Región Caribe | Región Frontera | Región Suroccidente | Urabá      |
|-----------------------------------|-----------|------------|---------------|---------------|-----------------|---------------------|------------|
| Cuarto en inquilinato             | Estrato 1 | \$ 250.000 | \$ 300.000    | \$ 250.000    | \$ 265.000      | N/A                 | N/A        |
|                                   | Estrato 2 | \$ 300.000 | N/A           | N/A           | \$ 300.000      | N/A                 | N/A        |
|                                   | Estrato 3 | \$ 380.000 | \$ 380.000    | N/A           | \$ 365.000      | \$ 400.000          | N/A        |
| Cuarto en otro tipo de estructura | Estrato 1 | \$ 200.000 | N/A           | \$ 200.000    | \$ 200.000      | N/A                 | N/A        |
|                                   | Estrato 2 | \$ 250.000 | \$ 250.000    | N/A           | N/A             | N/A                 | N/A        |
| Paga diario                       | N/A       | \$ 300.000 | N/A           | N/A           | \$ 325.000      | \$ 240.000          | N/A        |
| Casa o apartamento                | Estrato 1 | \$ 300.000 | \$ 380.000    | \$ 300.000    | \$ 280.000      | \$ 200.000          | \$ 220.000 |
|                                   | Estrato 2 | \$ 400.000 | \$ 400.000    | N/A           | \$ 350.000      | \$ 410.000          | \$ 260.000 |
|                                   | Estrato 3 | \$ 450.000 | \$ 400.000    | \$ 480.000    | \$ 450.000      | \$ 570.000          | N/A        |
| Asentamiento                      | N/A       | \$ 150.000 | N/A           | N/A           | \$ 160.000      | N/A                 | N/A        |

\*Precios que aumentaron con respecto a la ronda anterior.
 \*Precios que disminuyeron con respecto a la ronda anterior
 \*Precios que no cambiaron o no se puede reportar cambio por falta de información en la ronda anterior

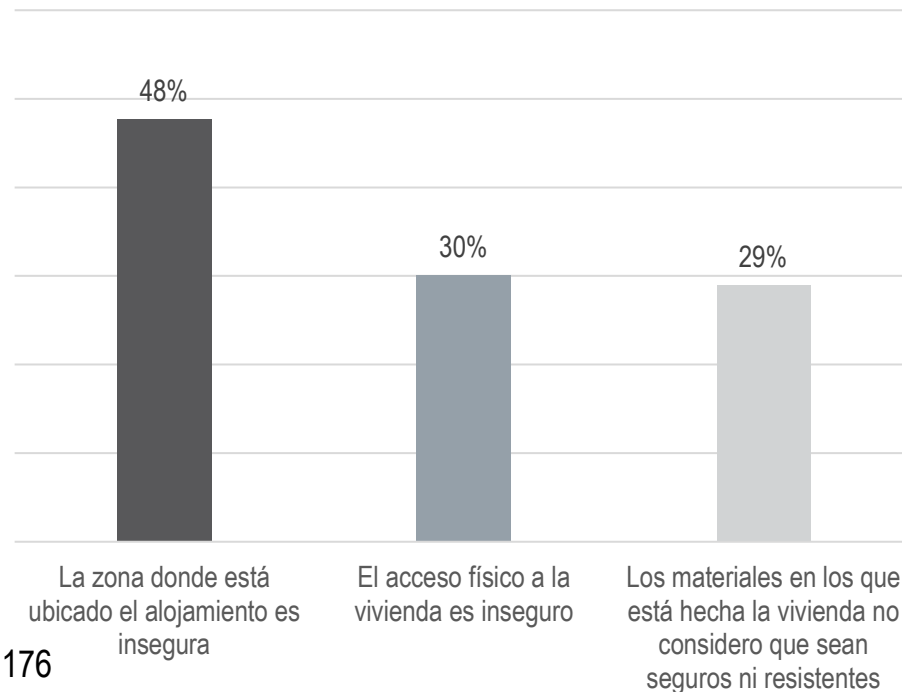
# Resultados: percepción de seguridad del alojamiento

## Percepción de seguridad del alojamiento reportada por los encuestados:



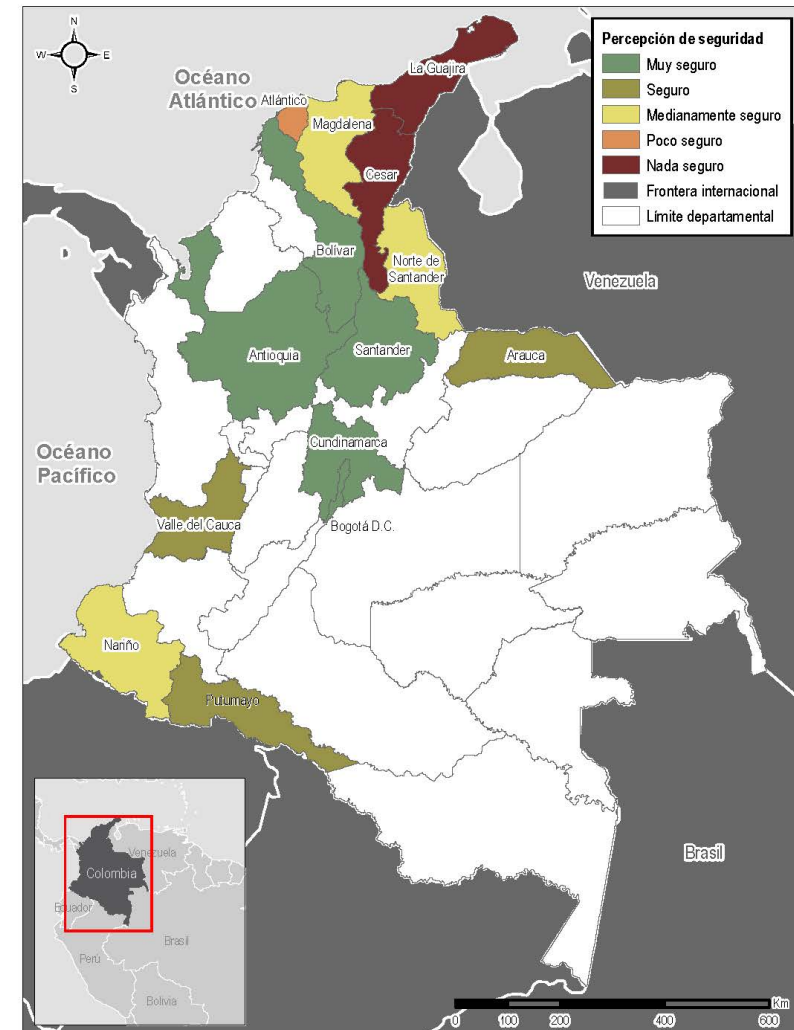
N=763

## Tres principales razones por las cuales los encuestados reportaron considerar el alojamiento inseguro o poco seguro\*:



N=176

\* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.



4

# ¿Preguntas?



Lina Camperos  
Assessment Officer

[lina.camperos@reach-initiative.org](mailto:lina.camperos@reach-initiative.org)

Naina Calland-Scoble  
Country Director

[naina.calland-scoble@impact-initiatives.org](mailto:naina.calland-scoble@impact-initiatives.org)