

Términos de referencia de investigación

Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercados (JMIMI- COL)

COL 1903

Colombia

Febrero 2024

V3

REACH Informing
more effective
humanitarian action

1. Resumen ejecutivo

País de intervención	Colombia		
Tipo de emergencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Crisis Política y Económica.	<input type="checkbox"/> Conflicto
Tipo de crisis	<input type="checkbox"/>	Aparición repentina	<input type="checkbox"/> Aparición lenta <input checked="" type="checkbox"/> Prolongada
Agencia/ organismo de mandato	Grupo de trabajo sobre transferencias monetarias (GTM) y Subgrupo de Análisis de Respuesta.		
Código del proyecto	44 DNX		
Periodo de la investigación	01/10/2024 a 30/12/2024		
Marco de tiempo de la investigación	1. Inicio de recolección de datos: 18/03/2024	5. Presentación preliminar: N/A	
	2. Recolección de datos: 26/03/2024	6. Productos enviados para validación: 22/04/2024	
	3. Análisis de datos: 08/04/2024	7. Productos publicados: 29/04/2024	
	4. Datos enviados para validación: 12/04/2024	8. Presentación final: N/A	
Número de evaluaciones	<input type="checkbox"/>	Evaluación única (un ciclo)	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Evaluaciones múltiples (al menos tres ciclos)	
Hitos humanitarios	Hitos Humanitarios		Fecha límite
	<input type="checkbox"/>	Plan / estrategia del donante	-- / -- / ----
	<input checked="" type="checkbox"/>	Plan / estrategia inter-clúster (GTM)	2024
	<input type="checkbox"/>	Plan / estrategia del clúster	-- / -- / ----
	<input type="checkbox"/>	Plan / estrategia de las ONGs	-- / -- / ----
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar):	-- / -- / ----	
Tipo de audiencia & diseminación <i>Especifique a quién se informará la evaluación y cómo se diseminarán los resultados para informar a la audiencia.</i>	Tipo de Audiencia		Diseminación
	<input checked="" type="checkbox"/> Estratégico <input checked="" type="checkbox"/> Programático <input type="checkbox"/> Operacional <input type="checkbox"/> [Otros, especificar]	X Envío vía e-mail de productos (e.j. e-mail a consorcio de ONGs; participantes del Equipo Humanitario País; Donantes) X E-mail a clústeres (educación, refugio y WASH) y presentación de resultados en la próxima reunión de clústeres. X Presentación de resultados (e.j. en reunión del Equipo Humanitario País; reunión de clúster(s)) X Diseminación por página web (Relief Web & REACH Resource Centre) <input type="checkbox"/> [Otros, especificar]	

Plan de diseminación detallado requerido	<input type="checkbox"/>	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No
Objetivo general	Comprender a profundidad y sistemáticamente los mercados de artículos y servicios básicos priorizados por el GTM en Colombia, para así poder entender mejor los efectos de las intervenciones (activas y planeadas) basadas en efectivo sobre los mercados locales.			
Objetivo(s) específico(s)	<ul style="list-style-type: none"> Comprender y monitorear los factores relevantes de los mercados priorizados por el GTM para determinar el grado de funcionalidad de los mercados focalizados. Monitorear los 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. Informar la Canasta Básica de Gastos Mínimos para población migrante venezolana con vocación de permanencia y para población colombiana en territorios con Grupos Armados no Estatales. 			
Pregunta(s) de investigación	<ol style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los precios de los productos básicos alimentarios y no alimentarios en Colombia? ¿Cuáles son las variaciones y tendencias geográficas de los precios en el tiempo? ¿Cuál es la cadena de suministro y las rutas de abastecimiento que afectan los mercados? ¿Cuáles son los niveles de stock de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse? ¿Qué desafíos para reabastecerse enfrentan y esperar enfrentar los comerciantes? ¿A qué tipo de alojamientos está accediendo la población beneficiaria de transferencias multipropósito¹ en Colombia? ¿Cuál es el precio de los diferentes tipos de vivienda en arriendo u otro tipo de acuerdo de alquiler al que se enfrenta la población beneficiaria de transferencias multipropósito en Colombia? ¿Cuáles son los riesgos a los que está expuesta la población beneficiaria de transferencias multipropósito al enfrentarse al mercado del alojamiento en Colombia? 			
Cobertura geográfica	La cobertura siempre está sujeta al interés y capacidad de los socios participantes. Por tanto, el número de departamentos monitoreados varía por ronda.			
Fuentes de datos secundarios	<p>Departamento Nacional de estadística (DANE), Datos de precios (IPC y SIPSA) Comportamiento del abastecimiento de productos agropecuarios UPRA - Minagricultura Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Ley de Arrendamiento 820 de 2003 Documentos del Cash Learning Partnership (CaLP) GIFMM Colombia: Evaluación de necesidades ante COVID-19 junio 2024 Resultados e PDMs de los socios del GTM Manual Sphera Step by step guide for rental assistance (IFRC) The Right to Adequate Housing (OHCHR y UN Habitat) Departamento Nacional de estadística (DANE), Ficha Técnica: Sistema de información del medio ambiente – proporción de hogares con acceso a métodos de saneamiento adecuado Ministerio de vivienda (MinVivienda), Guía metodológica: Lineamientos e indicadores para la formulación de metas de cobertura, calidad, continuidad y aseguramiento en el acceso a agua potable y saneamiento básico</p>			
Población(es)	<input type="checkbox"/>	PDI en campos	<input type="checkbox"/>	PDI en sitios informales
<i>Seleccionar todas las que correspondan</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	PDI en comunidades de acogida	<input type="checkbox"/>	PDI [Otras, especificar]

¹ Estos pueden ser población migrante, retornados, población en tránsito o población de acogida.

	<input type="checkbox"/>	Refugiados en campos	<input type="checkbox"/>	Refugiados en sitios informales
	X	Refugiados en comunidades de acogida	<input type="checkbox"/>	Refugiados [Otras, especificar]
	X	Comunidades de acogida	X	Migrantes venezolanos, población retornada
Estratificación	X	Geográfica #: 13 departamentos Se conoce la población por estratos? X Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/>	Grupo #: ___ Se conoce la población por estratos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			<input type="checkbox"/>	[Otra, especificar] #: ___ Se conoce la población por estratos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Herramienta(s) de recolección de datos	X	Estructurada (cuantitativa)	<input type="checkbox"/>	Semi-estructurada (cualitativa)
		Método de Muestreo		Método de recolección de datos
Herramienta de recolección de datos estructurada # 1: Encuesta a comerciantes (IC)	X	Deliberado <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple estratificado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado <input type="checkbox"/> [Otro, especificar]	X	Encuesta a informante clave (Objetivo #): 120 (4 precios por municipio por producto) <input type="checkbox"/> Grupo de discusión (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> Encuesta a hogares (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> Encuesta individual (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> Observación directa (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> [Otro, especificar] (Objetivo #): _____
Herramienta de recolección de datos estructurada # 2: Encuesta de vivienda a hogares.	X	Deliberado <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple estratificado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado <input type="checkbox"/> [Otro, especificar]	<input type="checkbox"/>	Encuesta a informante clave (Objetivo #): __ <input type="checkbox"/> Grupo de discusión (Objetivo #): _____ X Encuesta a hogares (Objetivo #): 250 (10 hogares por municipio.) <input type="checkbox"/> Encuesta individual (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> Observación directa (Objetivo #): _____ <input type="checkbox"/> [Otro, especificar] (Objetivo #): _____
Nivel de precisión (en caso de muestreo probabilístico)	N/A		N/A	
Plataforma(s) del manejo de datos	X	IMPACT	<input type="checkbox"/>	ACNUR
	<input type="checkbox"/>	[Otras, especificar]		
Tipo(s) de producto(s) planificado(s)	X	Resumen general de la situación: # 1 cada onda de recolección de datos	<input type="checkbox"/>	Informe #: __
	<input type="checkbox"/>	Presentación (resultados preliminares) #: __	X	Presentación (final) #: 1 cada ronda de recolección de datos
	X	Dashboard interactivo#: _	<input type="checkbox"/>	Webmap #: __
	X	Conjunto de datos #: 1 cada mes/ronda de recolección de datos	<input type="checkbox"/>	Perfil #: __
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Factsheet #: __
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Mapa #: __
Acceso	X	Público (disponible en REACH Resource Center y en otras plataformas humanitarias)		
	<input type="checkbox"/>	Restringido (diseminación bilateral según lo acordado en la lista de diseminación, sin ser publicado en REACH u otras plataformas)		

Visibilidad Especificar qué logos deben ser incluidos en los productos	REACH
	Donante: ECHO
	Marco de coordinación: GTM Colombia
	Socios: consorcios de CUA y venesperanza, Acción contra el Hambre, Programa Mundial de Alimentos, ZOA, UNFPA, Heartland Alliance, Cruz Roja Colombiana, Save the Children y ACNUR. Con su participación y permiso para usar su visibilidad, se incluirán los logos en la siguientes rondas.

2. Justificación

2.1. Justificación

Desde 2015, Venezuela ha sufrido una grave crisis política y económica, ocasionando entre otros factores un grave colapso de la infraestructura pública, lo que ha provocado el desplazamiento de millones de personas. En la actualidad se estima que más de 7,7 millones de personas han dejado el país y requieren asistencia humanitaria en toda la región. Desde el inicio de la crisis de los migrantes venezolanos, 2,8 millones de migrantes, refugiados y repatriados han llegado a Colombia². A Colombia, llegan buscando satisfacer sus necesidades básicas, pues han sido despojados de sus medios de vida. La capacidad de respuesta de Colombia enfrenta grandes retos, pues busca atender tanto a la población migrante, como a los desplazados internos o víctimas del conflicto.

Para abordar las necesidades, los socios humanitarios han implementado intervenciones basadas en dinero en efectivo como un medio eficaz para ayudar a los hogares vulnerables. Sin embargo, las intervenciones basadas en dinero en efectivo requieren cadenas de suministro y mercados que funcionen adecuadamente y que proporcionen productos básicos de forma continua. Las interrupciones en las cadenas de suministro pueden potencialmente afectar la disponibilidad de estos bienes, así como los precios. Esto repercute negativamente en la capacidad de los hogares para acceder a los alimentos básicos y a los artículos no alimentarios para apoyar sus medios de subsistencia. Por lo tanto, es fundamental que la comunidad humanitaria cuente con información precisa y actualizada para la toma de decisiones y desarrolle una comprensión más profunda de la dinámica de los mercados en Colombia.

Además, en el año 2022, desde el Grupo de Transferencias Monetarias (GTM) en Colombia, se llevó a cabo el primer ejercicio de MEB (canasta de gastos mínimos) para población migrante y refugiada con vocación de permanencia con el fin de determinar la brecha entre los ingresos y los gastos del hogar, y así, definir unos montos para la asistencia en efectivo. Para el desarrollo de esta actividad, el JMMI informó los componentes de Seguridad Alimentaria y elementos de Agua, Saneamiento e Higiene. Para la estrategia del 2024, el GTM ha definido como prioridad construir una MEB para población colombiana en territorios con presencia de Grupos Armados no Estatales (GANES), que permita hacer una identificación de la brecha y una consolidación de montos para la atención. Esta iniciativa pretende armonizar los esfuerzos de recolección de datos y combina los recursos de los actores humanitarios en todo el país, lo que conduce a una mayor cobertura, eficacia y aplicabilidad operativa de los sistemas de seguimiento del mercado para los actores que implementan dinero en efectivo en Colombia.

3. Metodología

3.1. Descripción general

El objetivo general de la Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercados (JMMI) es comprender a profundidad y sistemáticamente los mercados priorizados por el GTM en Colombia. Así mismo, JMMI pretende comprender mejor los efectos de las intervenciones basadas en efectivo sobre los mercados locales. Para esto, proporciona información precisa sobre los precios y la disponibilidad de los alimentos básicos y los artículos no alimentarios, el número y perfil de los actores que se acuerden en el marco del grupo de trabajo.

La recolección de datos de JMMI se lleva a cabo por medio de los equipos de campo de las organizaciones miembros del GTM que decidan hacer parte de la iniciativa. De esta forma, ellos evalúan regularmente a los comerciantes en los mercados

² [R4V](#), revisado el 9 de noviembre de 2024

en zonas específicas a lo largo del país. En cada lugar, los equipos de campo registran los precios y la disponibilidad de los alimentos básicos y artículos no alimentarios.

La recolección se hará cada tres meses en diferentes departamentos de Colombia, definidos como lugares de prioridad e interés de los socios. A su vez REACH genera la publicación y presentación de las hojas informativas y los conjuntos de datos asociados después de cada ronda.

El monitoreo contempla el componente de alojamiento, intentando monitorear el precio de la vivienda con el fin de contribuir a las decisiones de entrega de efectivo para vivienda y entender mejor el mercado y los riesgos de este. También se incorpora el mercado de salud y salud sexual y reproductiva (SSR) desde la necesidad de los socios que trabajan asistencias en efectivo para temas de salud y violencias basadas en género (VBG). En ese sentido, se entrevistarán comerciantes (minoristas y mayoristas) para el componente de mercados de alimentos y productos no alimentarios, comerciantes de farmacias o droguerías para el componente de salud y hogares para el componente de vivienda. Cabe resaltar que, JMMI puede ajustar a lo largo de las rondas los mercados focalizados en razón a las necesidades de información y monitoreo de los socios del GTM.

3.2 Población de interés

Para el componente de mercados de productos alimentarios y no alimentarios se considerarán tres tipos de poblaciones:

- Comerciantes minoristas³: se define como aquellos que ofrecen el valor monetario del intercambio de bienes y servicios al final de la cadena minorista, es decir, entre el vendedor y el consumidor final
- Comerciantes mayoristas⁴: Se define como aquellos que ofrecen el valor monetario al que el minorista o consumidor final adquiere los bienes al por mayor. Los minoristas, venden posteriormente al consumidor final, normalmente, en menor cantidad y a un precio más alto.
 - Comerciantes mayoristas tipo 1: aquellos que les venden exclusivamente a otros comerciantes. Este tipo de comerciantes cuenta con un listado de preguntas sobre temas de reabastecimiento, origen de los proveedores o productos de los productos y sobre expectativa de precios, más no se le preguntará sobre precios, pues no son los precios de interés a monitorear. En la primera ronda, no será prioritario entrevistarlos, pues debe hacerse un enlace con estos para contactarlos y hay información que pueden brindar, que podemos complementar con información secundaria.
 - Comerciantes mayoristas tipo 2: aquellos que le venden tanto a otros comerciantes como al consumidor directo. Estos comerciantes serán tenidos en cuenta, y se les harán las mismas preguntas que a los minoristas, aclarando que es necesario recoger el precio al consumidor final y no el que usan con otros comerciantes.

Componente de salud:

Teniendo en cuenta que la farmacias o droguerías son establecimientos que distribuyen los productos de salud y salud sexual y reproductiva al detal, la población de interés son los comerciantes minoristas.

Componente de alojamiento:

Hogares que arrienden o paguen periódicamente para acceder a alojamiento: Estos hogares serán beneficiarios a los cuales tengan acceso para realizar las entrevistas en el momento de la recolección de los datos. La selección de la población se hará a partir de las listas de beneficiarios de transferencias multipropósito con las que cuentan los socios. A través de la encuesta se mapeará a aquellos beneficiarios de algún programa de *cash for rent* (asistencia en efectivo, bonos, bienes o servicios en materia de alojamiento), de esta manera, se puede reportar si hay diferencia en términos del tipo de vivienda al que acceden.

³ [CaLP \(Cash Learning Partnership\)](#), consultado el 13 de noviembre de 2024

⁴ *Ibíd.*

3.3 Muestreo

La recolección de datos se basa en un muestreo intencional para ambos componentes de la evaluación. Esto quiere decir que los comerciantes entrevistados son informantes claves, que serán seleccionados debido a la facilidad de acceso que tengan los socios a ellos. Es decir, algunos comerciantes pueden ser proveedores de las organizaciones participantes o comerciantes en las zonas que ellos operan, o comerciantes a los que tengan acceso remoto o telefónico por medio de información dada por los beneficiarios o en los barrios. Dentro de los criterios para seleccionar los comerciantes están los siguientes:

- Conveniencia en el acceso
- Si es proveedor de las organizaciones y también le vende al consumidor final
- Tipo de mercado donde se venden la mayoría de los productos de la canasta definida
- Tipo de mercado que las organizaciones saben, por información de sus beneficiarios, que ellos (los beneficiarios) visitan con regularidad

Las zonas por cubrir se acordarán entre los socios, de tal forma que se evitará que dupliquidad en la recolección, y estos serán los mercados priorizados para visitar o en los cuales mapear a los comerciantes a contactar:

- **Tienda en plaza de mercado:** La plaza de mercado es el lugar donde hay varios comerciantes y en su mayoría se intercambian productos frescos, como vegetales, frutas, carnes y hierbas, entonces, la tienda en plaza de mercado es el puesto que tiene un comerciante a su nombre dentro de la plaza en el que comercializa sus productos.
- **Tienda de barrio:** es un comercio pequeño, que está geográficamente cerca de las viviendas de las personas y es más pequeño que un supermercado.
- **Supermercado de cadena:** es aquel de mayor tamaño a una tienda de barrio, normalmente hay varias sucursales de una misma cadena y se encuentran variedades de productos y marcas.
- **Tienda en centro de abastecimiento:** es característico de las grandes ciudades, este se asemeja a una plaza de mercado, pues son varios los comerciantes que venden en su interior, pero es este el que provee los productos a las mismas plazas de mercado; entonces, la tienda en el centro de abastecimiento es el puesto que tiene un comerciante a su nombre dentro del centro en el que comercializa sus productos.
- **Farmacia o droguería:** es el establecimiento farmacéutico dedicado a la venta al detal de medicamentos alopáticos, homeopáticos, dispositivos médicos, suplementos dietarios, cosméticos, productos de tocador, higiénicos y productos que no produzcan contaminación o pongan en riesgo la salud de los usuarios.⁵

El objetivo mínimo de recolección es implementar la herramienta con la cantidad de comerciantes que sea necesario para poder obtener información sobre un mismo artículo de cuatro fuentes diferentes. Por ejemplo, si los cuatro comerciantes a quienes encuesten venden arroz, cada uno dará información sobre este artículo, y se completa la muestra necesaria. Pero, en caso de que uno de los cuatro no venda arroz, debe entrevistarse a uno más que venda arroz, de esta manera, se completa el número necesario de datos por el artículo arroz. La cantidad específica de cuatro precios fue decidida con el objetivo de lograr un balance entre la minimización de la fatiga por la evaluación entre los comerciantes y la carga de la recolección de datos sobre los socios, siempre y cuando se asegurara la información necesaria para realizar un análisis robusto.

Para el componente de alojamiento, el muestro también será intencional. Se entrevistarán a beneficiarios de programas de transferencias multipropósito de las organizaciones de los socios participantes. Estos pueden ser población migrante, retornados, en tránsito o población de acogida. En cuanto al objetivo mínimo de recolección para el componente de alojamiento, se pedirá a los socios un número mínimo de 20 encuestas por municipio. La prioridad del GTM es el monitoreo

⁵ Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 1403 de 2007 “Por la cual se determina el modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico, se adopta el Manual de Condiciones Esenciales y Procedimientos y se dictan otras disposiciones”. Capítulo V.

de mercados, por lo que no se quiere saturar a los socios y exigir una muestra muy grande para el caso de los hogares y el alojamiento.

3.4 Revisión de datos secundarios

- Departamento Nacional de estadística (DANE), Datos de precios ([IPC](#) y [SIPSA](#)): En el DANE hay información sobre los cambios de precios para la canasta básica nacional, esta es información que se revisará para la realización de informes para cada ronda, con el fin de validar información capturada o hacer comparaciones sobre los hallazgos en mercados específicos del país.
- Comportamiento del abastecimiento de productos agropecuarios [UPRA - Minagricultura](#): Este dashboard nos permite revisar potenciales problemas de reabastecimiento en el país con productos que estén o no en la lista de artículos a monitorear. Este se usará, para incluir información secundaria de contexto en las publicaciones para cada ronda.
- GIFMM Colombia: Evaluación de necesidades ante COVID-19 | junio 2024: Esta evaluación puso en evidencia las prioridades en cuanto a necesidades de los beneficiarios, siendo estas vivienda y alimentación. A su vez, en ella se incluye información sobre la preferencia por efectivo para ambas necesidades. Por lo que el tema de alojamiento y la posibilidad de realizar intervenciones basadas en efectivo para la renta necesitan de información.
- Resultados de PDMs de los socios del GTM: Estos resultados no son públicos, pero se hizo un proceso de revisión de preguntas comunes entre los PDMs de los socios, con lo que se corroboró la información sobre las decisiones de gasto de los beneficiarios de transferencias monetarias, siendo los dos principales gastos la alimentación y el alojamiento.
- Gran Encuesta Integrada de Hogares ([GEIH](#)): En esta encuesta se incluyen los principales tipos de alojamiento en Colombia, como también los tipos de titularidad que se puede tener sobre ese alojamiento. Esta encuesta permitió ajustar la encuesta para el componente de alojamiento. A su vez, esta saca un valor al arriendo para la población Colombiana, cuyos resultados se pueden comparar con los hallazgos obtenidos en el monitoreo.
- [Ley de Arrendamiento 820 de 2003](#): Esta ley permite entender más a profundidad las obligaciones de los arrendatarios y arrendadores para el caso de los arreglos formales de arriendo.
- [Manual Sphera](#) : Las normas mínimas de Esfera ofrecen una base para la evaluación y el análisis de las necesidades en cada sector, con listas de verificación para la evaluación disponibles en cada capítulo. Para este caso, los criterios de seguridad de la vivienda permitieron incluir preguntas relacionadas con la percepción de la seguridad de la vivienda por parte de los hogares entrevistados.
- Step by step guide for rental assistance ([IFRC](#)): Este manual contiene una sección del mercado de arrendamiento, en el que define el mercado segmentado por el tipo de alojamiento y cómo estas unidades de alojamiento se definen de acuerdo con el área, el número de habitaciones, conicas, baños, accesibilidad y tipo de contrato. Por ello, es que se incluyen en la herramienta preguntas sobre estos criterios, para así definir bien la vivienda por la que se va a preguntar el precio.
- [The Right to Adequate Housing](#): Esta hoja informativa contiene un capítulo sobre los criterios para identificar un alojamiento como digno, pacífico y seguro a partir del derecho a una vivienda adecuada. Las características mencionadas en esta sección hacen referencia a protección contra el desalojo, seguridad en la tenencia, y disponibilidad de servicios, materiales facilidades e infraestructura. Con base en estos aspectos se construye un indicador sobre la calidad del alojamiento para identificar qué tan adecuada es una vivienda según estándares humanitarios.

3.5 Recolección de datos primarios

Toda la recolección de datos se hace usando dos herramientas en Kobo (que se puede utilizar en el teléfono) desarrollada por REACH (en colaboración con los miembros del GTM nacional y regional, sectores como Seguridad Alimentaria y Nutrición (SAN) y Agua, Higiene y Saneamiento (WASH) y el Grupo Multisector). La herramienta para comerciantes se enfoca en el monitoreo de precios y en los factores de funcionalidad del mercado, el formulario usado para este componente contendrá las preguntas para farmacias. La herramienta para hogares se enfoca en las características de la vivienda y el precio que se paga por esta. Teniendo en cuenta la capacidad técnica de las organizaciones asociadas, REACH provee el entrenamiento a los equipos de campo sobre el uso de la herramienta Kobo y el proceso de recolección de la información.

Cada tres meses se hace la recolección de datos. Para asegurar consistencia, se deben tener en cuenta tres aspectos relevantes. Primero, la recolección se hace simultáneamente durante una misma semana (acordada entre los socios). Segundo, para evitar solaparse en la recolección de datos, los socios participantes deben acordar las áreas geográficas, sea la totalidad del municipio o lugares específicos del municipio, en las que cada uno recoge los datos. Tercero, es muy importante que los socios cumplan con el objetivo mínimo de recolección (4 precios por productos por municipio).

La recolección de datos con comerciantes se ha recomendado a los socios que se haga de manera presencial. Sin embargo, para aquellos socios que no sea posible este encuentro presencial, harán las entrevistas de manera telefónica. Para el componente de alojamiento, todas las entrevistas se harán de manera remota con los beneficiarios.

Finalmente, durante la semana de recolección, diariamente, los socios suben los datos al servidor de REACH, de tal manera que el punto focal de REACH pueda realizar la depuración de los datos. Después, REACH realiza una retroalimentación a los socios durante el proceso de limpieza de datos, en la cual se hacen clarificaciones sobre los datos. Este es un proceso que se hace a través de un formato en línea estandarizado.

JMMI cuestionario cuantitativo al comerciante (productos alimentarios, no alimentarios y SSR)

El cuestionario al comerciante es la herramienta para entrevistar a los comerciantes. Debe completarse un formulario por cada comerciante encuestado.

Se recolecta información sobre las siguientes variables y sobre los artículos de la canasta definida para JMMI:

Pregunta investigación	Componentes del cuestionario
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los precios de los productos básicos alimentarios y no alimentarios en Colombia? 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo – a granel / empacado Precios⁶
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las variaciones y tendencias geográficas de los precios en el tiempo? 	<ul style="list-style-type: none"> Expectativas de precios (1 mes) - <i>aumento / disminución / sin cambios</i> Razones de los cambios de precio previstos - <i>seleccione de la lista</i>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la cadena de suministro y las rutas de abastecimiento que afectan los mercados? 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación del principal proveedor de alimentos/Productos no alimentarios - <i>seleccione la ubicación</i> Modo de transporte y ruta de abastecimiento- <i>carretera principal o secundaria, ruta fluvial, marítima</i>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los niveles de stock de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse? 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad Capacidad actual de reabastecimiento Nivel de existencias – <i>número de días hasta la terminación, suponiendo que no haya repoblación y que la demanda sea normal.</i>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué desafíos enfrentan los comerciantes al reabastecerse? 	<ul style="list-style-type: none"> Desafíos para reabastecerse en el mes previo y expectativas de estos en el mes siguiente

A su vez, con el GTM se ha acordado que, debido a la calidad de la información secundaria disponible para las ciudades grandes o principales del país (Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Cartagena y Barranquilla) se excluirán las preguntas de reabastecimiento y sólo se incluirán aquellas de precios y disponibilidad.

La lista de artículos de la JMMI está compuesta por una cesta de artículos que se monitorean en todos los lugares cubiertos como parte de la iniciativa. Su objetivo es satisfacer el interés de los socios del GTM. Como tal, la lista de artículos se

⁶ Precio deberá ser pesos colombianos y dada la unidad de medida.

definió en un taller de trabajo conjunto organizado por el Subgrupo de análisis de mercados y necesidades (como parte del GTM), en el que participaron socios y la coordinación del GTM para definir una lista de artículos y revisar preguntas de ambos componentes. Posteriormente, las unidades de los productos y el tipo de producto se validaron con el sector de WASH, para los productos no alimentarios y con el Programa Mundial de Alimentos (PMA) para los productos alimentarios.

La herramienta cuantitativa para la recolección de la información explica que los o las encuestadoras deben preguntar por los productos más vendidos en el establecimiento. Por ejemplo, si en el comercio se vende arroz, pero diferentes variedades de arroz, debe preguntarse por la más vendida. De esta manera, se puede hacer un monitoreo de los cambios en las dinámicas de esos productos.

Tabla productos y unidades a monitorear:

Productos alimentarios	Unidad	Productos no alimentarios	Unidad
1. Arroz	1 Kg	1. Papel higiénico doble hoja	1 unidad
2. Lentejas	1 Kg	2. Toallas higiénicas sin alas	1 paquete (10 unidades)
3. Huevos rojos tipo B	1 unidad	3. Jabón de ropa en barra	(1 barra de 300gr)
4. Pechuga de pollo	1 Kg	4. Crema de dientes	(1 tubo de 100gr)
5. Frijoles bola roja	1 Kg	5. Jabón de uso personal en barra	(1 barra de 75gr)
6. Pastas tipo espagueti	1 Kg	6. Pañales	(1 paquete 20 unidades)
7. Harina de maíz	1 Kg	7. Cloro	1 Lt
8. Papa pastusa	1 Kg		
9. Yuca	1 Kg		
10. Aceite	1 Lt		
11. Tomate chonto	1 Kg		
12. Leche	1 Lt		
13. Lomitos de atún en lata en aceite	1unidad (170gr)		

Productos de SSR	Unidad	Productos SSR	Unidad
1. Preservativos	1 caja 6 unidades	8. Penicilina benzatínica	1 ampolla
2. Buscapina	1 caja 20 pastillas	9. Prueba de embarazo	1 unidad
3. Acetaminofén tabletas	1 caja 20 unidades		
4. Antigripal para niños	1 caja 10 unidades		
5. Ibuprofeno 600mgs	1 sobre 10 unidades		
6. Anticonceptivos orales	1 blíster 21 grageas		
7. Anticonceptivos inyectables	1 ampolla		

JMMI cuestionario cuantitativo para el componente de alojamiento:

Para la construcción de la herramienta para vivienda se tuvieron en cuenta varios cuestionarios ya existentes como los PDMs del consorcio de Cash for Urban Assistance (CUA), cuya pretensión es definir la proporción de la transferencia que se estaban gastando los beneficiarios en alojamiento, también la Encuesta de Necesidades del GIFMM que pregunta sobre

el tipo de vivienda y sus facilidades, así como la Gran Encuesta Integrada de Hogares, en la que se encuentran las definiciones de los tipos de vivienda y los tipos de titularidad que se puede tener sobre estos. Una vez hecha la primera versión del cuestionario, este fue compartido en el taller conjunto que se realizó, de allí salieron necesidades como el mapeo de plataformas de búsqueda, y preguntas que reflejan riesgos de protección a los que se enfrentan los beneficiarios en el momento de enfrentarse al mercado de la vivienda. Con esto, se consultó al Grupo Multisector para validación del cuestionario.

Pregunta de investigación	Componentes del cuestionario
<ul style="list-style-type: none"> ¿A qué tipo de alojamientos está accediendo la población beneficiaria de transferencias multipropósito en Colombia? 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de vivienda Tipo de acuerdo de titularidad del alojamiento Instalaciones de la vivienda
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el precio de los diferentes tipos de vivienda en arriendo u otro tipo de acuerdo de alquiler al que se enfrenta la población beneficiaria de transferencias multipropósito en Colombia? 	<ul style="list-style-type: none"> Personas alojadas en la vivienda Precio de la vivienda Precio de los servicios
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los riesgos a los que está expuesta la población migrante o retornada al enfrentarse al mercado del alojamiento en Colombia? 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de contrato Percepción de seguridad de la vivienda. Plataformas de búsqueda de vivienda

3.7 Procesamiento & análisis de datos

Para monitorear los datos entrantes, se utiliza una herramienta de limpieza y análisis para hacer un seguimiento de la calidad de los datos y de los envíos de los socios. Después de cada ronda de recolección de información, se recopilan y limpian los datos brutos y centralizados, se eliminan los valores atípicos y se hace un seguimiento de los equipos de campo si es necesario. Las siguientes verificaciones para la limpieza de datos están previstas. Estas están alineadas con la [Lista de Chequeo de los Estándares Mínimos de Depuración de Datos](#). En particular, los datos pretenden comprobar lo siguiente:

- Número de precios por artículo recogido por ubicación (para comprobar si se cumple el umbral mínimo de 4 precios por artículo).
- Precio medio por artículo por mercado (para comprobar la variación entre mercados).
- Precio mínimo y máximo por artículo por mercado (para comprobar si hay variaciones dentro de los mercados).
- Valores atípicos (es decir, un precio de artículo que es sustancialmente diferente de otros recogidos en el mismo mes y en el mismo mercado).
- Cambios mensuales en el precio medio por ubicación (para comprobar las variaciones mensuales); los cambios de precio significativos (que superan el 50% desde el mes anterior) y la escasez repentina se investigan más a fondo mediante el seguimiento con los equipos de campo. Siempre que es posible, se recolecta información sobre el contexto local para apoyar el análisis cualitativo.
- Coordenadas GPS de las entradas (para comprobar la legitimidad de los datos enviados)
- Duración de las encuestas por lugar (para comprobar la legitimidad de los datos presentados)
- Número de errores/inconsistencias (por ejemplo, modificaciones/eliminaciones hechas a los datos de limpieza) por ubicación.
- Variables para evaluar el desempeño de los socios (por ejemplo, puntos de datos faltantes, número de entradas del registro de limpieza, envíos tardíos, etc.).
- Impacto o influencia de factores externos a los mercados (presencia de grupos armados, eventos climáticos, cierres fronterizos, factores políticos asociados a la crisis, entre otros)

- Después de cada ronda de recolección de datos, el personal de evaluación de REACH limpia y triangula los datos obtenidos a través de cuatro pasos diferentes:
 - 1) Comparación de los datos recopilados más recientemente con rondas anteriores de datos para identificar inconsistencias.
 - 2) Examen de datos secundarios, como los datos sobre los precios con otras fuentes de información proporcionadas en el marco del grupo de trabajo de transferencias monetarias, como el SIPSA, la estimación del IPC, al igual que con otros estudios realizados por las agencias del grupo de trabajo de transferencias monetarias.
 - 3) Examen de dato secundarios sobre el precio del arriendo con resultados de la GEIH.
 - 4) Consulta de los equipos de campo y de los socios para comprobar la calidad de los datos.
 - 5) Contextualización de los resultados con base en los hallazgos de evaluaciones de mercado anteriores.

3.8. Análisis y agregación de datos

Puntaje de funcionalidad de mercado (MFS por sus siglas en inglés)

El puntaje de funcionalidad del mercado es un método desarrollado por REACH para clasificar los mercados de acuerdo su nivel de funcionalidad, permitiendo realizar comparaciones entre países. Este puntaje permite a los miembros de la comunidad humanitaria entender cuáles mercados están funcionando correctamente y pueden ser candidatos para la asistencia con transferencias monetarias y cuáles requieren formas alternativas de programación basada en mercados.

Un mercado es definido como funcional por el Programa Mundial de Alimentos en su [Marco de Análisis de Mercado](#) si “los elementos que influyen el comportamiento de los compradores y vendedores son estables y predecibles; las interacciones entre los vendedores, y entre los vendedores y los compradores, son transparentes; y los suministros son suficientes, regulares, predecibles, con precios asequibles, estables y predecibles para satisfacer efectivamente la demanda de los hogares”.

De esta forma el MFS se forma a partir de una serie de indicadores que se recolectan para cada comerciante objetivo de análisis, los cuales captan información para diferentes dimensiones de la funcionalidad del mercado: accesibilidad, disponibilidad, asequibilidad, resiliencia e infraestructura. A estos indicadores se les asignan puntajes dependiendo de las respuestas obtenidas. Es importante tener en cuenta que estos puntajes se asignan a nivel de mercado, en el caso del JMMI Colombia el nivel de mercado es Departamento.

Los indicadores seleccionados y adaptados al contexto son los siguientes:

Dimensión	Indicador	Pregunta	Opciones de respuesta	Puntaje
Accesibilidad	% de comerciantes que reportaron dificultades físicas para acceder a los mercados	En los últimos 30 días, ¿ha habido problemas que impidan a los clientes acceder o llegar físicamente al mercado?	*No ha tenido problemas con el acceso físico al mercado. * El acceso es limitado actualmente como consecuencia de las restricciones de movilidad por razones de seguridad. * Falta de transporte público u opciones limitadas de transporte para llegar. * Para mujeres o personas en situación	% de vendedores reportando una opción diferente a ningún problema, vías de acceso o construcción de los mercados: *8 puntos si es < 5% *6 puntos si está entre 5 y 10% *4 puntos si está entre 10 y 25% *2 puntos si está entre 25 y 50%

			<p>de discapacidad, el mercado presenta problemas de acceso físico.</p> <p>* Las vías de acceso para llegar al mercado son peligrosas o están dañadas.</p> <p>* La construcción de los mercados de la zona es insegura.</p> <p>*Otro.</p> <p>* No sabe.</p>	*0 si es mayor de 50%
Accesibilidad	% de comerciantes que reportaron dificultades en las vías de acceso	En los últimos 30 días, ¿ha habido problemas que impidan a los clientes acceder o llegar físicamente al mercado?	* Las vías de acceso para llegar al mercado son peligrosas o están dañadas.	<p>% de vendedores que seleccionaron esta opción:</p> <p>*4 puntos si es menor al 5%.</p> <p>* 3 puntos entre el 5 – 10%</p> <p>* 2 puntos entre el 10-20%</p> <p>* 1 punto si está entre el 25-20%</p> <p>* 0 si es mayor a 50%</p>
Disponibilidad	Nivel de disponibilidad reportada para cada uno los artículos monitoreados en el periodo de recolección	¿Tiene la capacidad de reabastecer el inventario de $\${nombre_alimento_grupo}$ en este momento?	<p>*Sí</p> <p>*Parcialmente</p> <p>*No</p>	<p>Cada puntaje se multiplica por el número de artículos para los cuales dieron esa respuesta:</p> <p>*3 puntos Sí</p> <p>* 2 puntos Parcialmente</p> <p>* 0 puntos No</p>
Asequibilidad	Precios de los artículos monitoreados durante el periodo de recolección	<p>Hoy, ¿cuál es el precio más económico de $\\${nombre_alimento_ant}$? Especifique cuál es la moneda en la que da el precio:</p> <p>Hoy, ¿cuál es el precio más económico de $\\${nombre_no_alimento_ant}$? Especifique cuál es la moneda en la que da el precio:</p>	Precio reportado	<p>Puntos de acuerdo con la mediana por producto con respecto a la mediana nacional:</p> <p>*2 puntos por artículo cuya mediana sea menor a la mediana nacional</p> <p>*1.5 puntos por artículo cuya mediana este entre el 50 y 75% de la mediana nacional</p> <p>*1 punto por artículo cuya mediana este entre</p>

				<p>el 75 y el 90% de la mediana nacional</p> <p>*-1 punto por artículo cuya mediana este entre el 110% y el 125% de la mediana nacional</p> <p>*-1.5 puntos por artículo cuya mediana esté entre el 125 y el 150%</p> <p>*-2 puntos por artículo cuya mediana sea mayor al 150%</p>
Asequibilidad	% de comerciantes que reportaron que sus clientes habían enfrentado barreras financieras para acceder a los mercados	¿Cuáles de los siguientes problemas de acceso se observan en este mercado en los últimos 3 meses?	<p>* El acceso es limitado actualmente, porque los clientes no cuentan con los recursos suficientes para tomar el transporte y llegar al mercado</p> <p>* El acceso es limitado por la falta de recursos financieros de los clientes</p>	<p>De acuerdo con el porcentaje de vendedores reportando estas dificultades:</p> <p>*9 puntos si es menos del 10%</p> <p>*6 puntos si está entre 10 y 25%</p> <p>*3 puntos si está entre 25.1 y 50%</p> <p>*0 si es mayor del 50%</p>
Resiliencia	Nivel de inventarios de cada artículo monitoreado en el periodo de recolección	<p>¿Cuántos días durarán sus existencias/inventarios actuales de \${ nombre_alimento_ant }?</p> <p>¿Cuánto días durará sus existencias/inventarios actuales de \${ nombre_no_alimento_ant}?</p>	Días de inventario	<p>Cada puntaje se multiplica por el número de artículos para los cuales dieron esa respuesta:</p> <p>*3 puntos si es mayor de 3 días</p> <p>*2 puntos si es mayor a 0 pero menor o igual a 3 días</p> <p>*0 puntos si es igual a 0 días</p>
Resiliencia	% de comerciantes reportando dificultades para mantener operacionales sus negocios	¿Actualmente está enfrentando dificultades para mantener su negocio operacionalmente y bien surtido?	<p>Todas las opciones de respuesta menos:</p> <p>*Ninguna dificultad</p> <p>*No sabe</p>	<p>De acuerdo con el porcentaje de comerciantes reportando alguna dificultad.</p> <p>*12 puntos si es menor del 5%</p>

			*Se rehúsa a responder	* 9 puntos si está entre 5 y el 10% *6 puntos si está entre 10.1 y 25% *3 puntos si está entre 25.1 y 50% *0 puntos si es mayor de 50%
Infraestructura	% de comerciantes que reportaron problemas de acceso debido a las condiciones de infraestructura de las zonas aledañas	¿Cuáles de los siguientes problemas de acceso se observan en este mercado en los últimos 3 meses?	* El acceso es limitado debido a las fuertes lluvias en los últimos días * El acceso es limitado por el estado de las vías para llegar al mercado	De acuerdo con el porcentaje de vendedores reportando estas dificultades: *4 puntos si es menor del 5% * 3 puntos si está entre 5 y el 10% *2 puntos si está entre 10.1 y 25% *1 punto si está entre 25.1 y 50% *0 puntos si es mayor de 50%
Infraestructura	Medios de pago reportados por los comerciantes	¿Cuál de los siguientes medios de pago acepta en su negocio?	Opciones de respuesta diferentes a: *Efectivo pesos colombianos *Efectivo otra moneda	Puntos de acuerdo con los medios de pago diferentes al efectivo reportados: *3 puntos si es mayor al 75% *2 puntos si es está entre el 50 y el 75% *1 punto si está entre 25 y 49.9% *0 puntos si es menor al 25%

Luego de tener los resultados para cada dimensión, a cada una de estas se le asigna un peso, el cual determina su importancia e interdependencia. La suma de cada dimensión da como resultado el MFS. Estos pesos son generales para todas las misiones para poder realizar comparaciones entre países y son los siguientes:

Dimensión	Peso
Accesibilidad	25/100

Disponibilidad	30/100
Asequibilidad	15/100
Resiliencia	20/100
Infraestructura	10/100

Finalmente, con estos resultados podemos categorizar a cada mercado de acuerdo con su funcionalidad de la siguiente manera:

Categoría	Condición
Funcionalidad completa	MFS>80% y ninguna dimensión menor del 50% del total máximo
Funcionalidad reducida	MFS>70% o solo una dimensión menor del 50% del total máximo
Funcionalidad limitada	MFS>50% o al menos dos dimensiones menores al 50% del total máximo
Funcionalidad pobre	MFS<25% o al menos tres dimensiones menores al 50% del total máximo
Datos insuficientes	Una o más dimensiones no pudieron ser recolectadas y eso impide el cálculo del MFS

Agregación

Para la agregación a nivel departamento:

- **Precios:** Utilizando los precios recolectados de los comerciantes individuales, se calcula la mediana de los precios para cada artículo por mercado evaluado⁷ Adicionalmente, se generarán índices de precios, como el costo total de la canasta, de los artículos alimentarios y de los no alimentarios. Cuando haya al menos dos rondas de recolección se analizarán las tendencias de los precios, así como de los índices. Para el cálculo de estos índices, es importante que se haya alcanzado o superado el umbral de los 4 precios por municipio recolectado por socio. En el caso en el que no se haya alcanzado el umbral, esto significará una limitación para el reporte de la información, pues tendrá que calcularse un índice con información parcial o con información aproximada de otras fuentes de datos o de otro lugar con características similares. Estas limitaciones se harán explícitas en el reporte de los datos.
- **Expectativas de precio (1 mes) por artículo:** Se debe informar el porcentaje de comerciantes que reportan un aumento, disminución de precios en general.
- **Niveles de existencia:** Para cada artículo, se calcula el nivel medio de existencias de todos los operadores del mercado.

⁷ En el contexto del análisis de precios, la mediana es una medida más útil que la media, ya que no se ve tan afectada por los valores atípicos.

- **Capacidad de reabastecimiento:** Si al menos uno de los comerciantes es capaz de reponer un artículo, el agregado del mercado será "sí", "no" o "parcialmente" (si el artículo se vende normalmente).
- **Ubicación del proveedor de alimentos/no alimentarios/ Rutas de suministros:** con base en la ubicación de los proveedores reportada, se realizarán mapas en lo que se tracen las rutas desde los proveedores hasta los comerciantes para productos alimentarios y/o no alimentarios.
- **Precio del alojamiento:** El precio del alojamiento se reportará de acuerdo con el tipo de alojamiento y demás características preguntadas en el cuestionario. De ser posible, agregar por tipo de alojamiento y sacar una mediana del precio. De no serlo, reportar separadamente y, definir, con los socios si los precios pueden ser agregados de manera que se pueda reportar un precio medio.
- **Hacinamiento:** según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se determina que el hogar se encuentra en hacinamiento en caso de que haya más de 3 personas por cuarto o habitación. Sin embargo, esto depende del alojamiento, por ejemplo, esto no será tenido en cuenta para el caso de un paga diario, pues en este tipo de alojamiento muchas personas de diferentes hogares se alojan en el mismo espacio.
- **Alojamiento adecuado:** según El Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas, una vivienda adecuada se define como un espacio seguro, pacífico y digno. Además, el Comité identifica el derecho a una vivienda adecuada a través de aspectos clave como la libertad, seguridad en la tenencia y estándares mínimos en la disponibilidad de servicios, materiales e infraestructura. Con base en estas características se reportará el índice "calidad del alojamiento" teniendo en cuenta las preguntas en el cuestionario sobre: servicios de alojamiento, modalidad de basuras, agua y sanitario, facilidades de alojamiento, propiedad del alojamiento, tipo de contrato, riesgo de desalojo, consecuencia de incumplimiento y el ranking de seguridad. También, se incluirá una variable referente a la asequibilidad, la cual, pretende evaluar la capacidad de los hogares para poder pagar una vivienda digna teniendo en cuenta su promedio de ingresos y el gasto que realizan con respecto a este.

A cada una de estas preguntas se les asignará un peso en una escala de 0 a 1, en la cual, 1 es el más adecuado y 0 el menos adecuado. A partir de allí se realiza un promedio de los pesos para definir este indicador. A continuación, se presenta una tabla con más información sobre la construcción de este indicador.

Aspecto	Definición	Variable	Peso
Disponibilidad de servicios, materiales, facilidades e infraestructura	Hace referencia a los estándares básicos de acceso a servicios que componen un alojamiento adecuado: agua potable, energía, saneamiento, eliminación de desechos y facilidades disponibles	Servicios básicos (agua y luz) en el alojamiento	1 si hay agua y luz; 0.5 si hace falta agua o luz; 0 si no hay ninguno
		servicio de gestión de basuras	1 si es por recolección pública, privada o se aprovechan los residuos; 0.5 si deben ir a la avenida o pagarle a un recolector informal; 0 si la tiran al río, al patio, la queman o no hay servicio de recolección

		Sistema de acceso a agua	Según ONU-agua las fuentes de agua potable para las respectivas poblaciones “deben estar ubicadas in situ, disponibles en todo momento y exenta de contaminación fecal y sustancias químicas prioritarias” (UN Water, 2017). Teniendo en cuenta lo anterior, y las particularidades geográficas del territorio colombiano se establece que para zonas urbanas o cabeceras municipales será 1 si es sistema de acueducto o de otra fuente por tubería; 0.5 de pila pública, carro tanque, aguatero, agua embotellada, tecnologías alternativas o pila comunitaria y 0 si es de pozo, aguas lluvias, ríos, quebradas o no tiene. Para zonas rurales: 1 si es sistema de acueducto o de otra fuente por tubería, tecnologías alternativas, río, quebrada, nacimiento o manantial; 0.5 si es de pila pública, carro tanque, aguatero, agua embotellada, pila comunitaria, pozo con bomba y 0 si es de pozo sin bomba, aljibe, jagüey o barreno o no tiene servicio.
		modalidad de saneamiento	Para zonas urbanas o cabeceras municipales 1 si es inodoro conectado a alcantarillado; 0 si es inodoro sin conexión, letrina, bajamar, defecación al aire libre o sin servicio sanitario. Para zonas rurales 1 si es o inodoro conectado a alcantarillado o pozo séptico; 0 si es inodoro sin conexión, letrina, bajamar, defecación al aire libre o sin servicio sanitario.
		facilidades del alojamiento	1 si cuenta con baño, ducha y lavamos; 0 si no cuenta con esas facilidades
Seguridad en la tenencia	Este aspecto hace alusión al grado de seguridad sobre la tenencia de la vivienda que le garantiza a sus habitantes protección ante desalojos forzados, acoso o amenazas	propiedad del alojamiento	1 si la vivienda es propia pagada o pagándola, en usufructo, arriendo, está en la casa de alguien más (familiares o amigos); 0 si es un hospedaje temporal o posesión sin título
		tipo de contrato	1 contrato legal o acuerdo verbal; 0 si no hay ningún acuerdo
		riesgo de desalojo	1 no; 0 sí
Habitabilidad	Este criterio comprende la habitabilidad en términos de la calidad en la seguridad y estructura física dentro del alojamiento, como la disponibilidad de espacios adecuados al número de habitantes de la vivienda.	Percepción de seguridad	0 nada segura, poco segura, medianamente segura; 1 segura o muy segura
		hacinamiento	Para zonas urbanas o cabeceras municipales: 1 si hay menos de 2 personas por cuarto para dormir; 0.5 si hay más de 2 pero menos de 4 personas por cuarto (hacinamiento mitigable); 0 si hay más de cuatro personas por cuarto para dormir (hacinamiento no mitigable). Para zonas rurales 1 si hay menos de 2 personas por cuarto para dormir y 0 si hay más de dos personas por cuarto (hacinamiento mitigable). Se plantean estos pesos para las cabeceras municipales y centros poblados conforme lo establecido por el DANE

Asequibilidad	Esta variable definida como la posibilidad de poder pagar una vivienda digna, se reportará a partir del parámetro establecido por ONU-hábitat: si el gasto en vivienda supera el 30% de los ingresos del hogar, peligra la asequibilidad.	asequibilidad	1 si el hogar destina entre el 0 y 30% de sus ingresos para el pago de la vivienda; 0.5 entre el 30 y 50% y 0 si gastan 50% o más de sus ingresos.
---------------	---	---------------	--

4. Roles y responsabilidades

Tabla 3: Descripción de roles y responsabilidades

Descripción de las tareas	Ejecutor	Responsable	Consultado	Informado
<i>Diseño de la investigación</i>	OE	GE	CP, GTM, HQ (IMPACT Research Design Unit)	GTM
<i>Compromiso externo</i>	OE	GE	CP	GTM
<i>Instrumentos de recolección de información</i>	OE	GE	GTM, HQ (IMPACT Research Design Unit)	GTM
<i>Codificación de las herramientas</i>	OE, GIS	GE	GIS	CP
<i>Capacitación de los socios</i>	OE, FO	GE	GTM, HQ (IMPACT Research Design Unit)	GTM
<i>Coordinación de la cobertura</i>	OE, FO	GE	GTM	GTM
<i>Supervisión de la recolección de información</i>	OE	GE	GTM	HQ (IMPACT Data Unit), CP

<i>Procesamiento y limpieza de la información</i>	OE	GE	GTM, (IMPACT Unit)	HQ Data CP
<i>Análisis de la información</i>	OE	GE	HQ (IMPACT Data Unit)	GTM
<i>Elaboración de los mapas</i>	GIS	OE	HQ (IMPACT Reporting Unit)	GTM
<i>Producción de los informes</i>	OE	GE	CFP, (IMPACT Reporting Unit)	HQ GTM
<i>Difusión</i>	OE	GE	GTM, CP	HQ (IMPACT Communications Unit)
<i>Monitoreo y evaluación</i>	OE	GE	GTM, CP	HQ (IMPACT Research Design Unit)
<i>Lecciones aprendidas</i>	OE	GE	GTM, CP	HQ (IMPACT Research Design Unit)
<i>Reporte al donante</i>	OE	GE, CP	CP	HQ (IMPACT Grants Management)

Ejecutor: persona (s) que realiza la tarea.

Responsable: persona que valida la realización de la tarea y es responsable del resultado final o hito.

Consultado: persona(s) que debe(n) ser consultada(s) cuando se implementa la tarea.

Informado: persona(s) que necesita(n) ser informada(s) cuando se complete la tarea.

GE: Gerente de Evaluación

OE: Oficial de Evaluación

GIS: Equipo de Ciencias de la Información Geográfica

CP: Coordinador de País

HQ: Equipo de revisión de Ginebra

4. Consideraciones éticas fundamentales y riesgos asociados

El diseño de investigación propuesto cumple/no cumple los siguientes criterios:

El diseño de investigación propuesto...	Sí/ No	Detalles si No (incluida la mitigación)
... se ha coordinado con los actores pertinentes para evitar la duplicación innecesaria de los esfuerzos para la recolección de datos	Sí	
... respeto a los encuestados, sus derechos y su dignidad (específicamente: <i>obteniendo consentimiento informado, diseñando la duración de la encuesta / discusión teniendo en cuenta el tiempo de los participantes, asegurando la exactitud de la información reportada</i>)?	Sí	
... no expone a los encuestadores de datos a ningún riesgo como resultado directo de la participación en la recolección de datos?	Sí	
... no expone a los encuestados / a sus comunidades a ningún riesgo como resultado directo de la participación en la recolección de datos?	Sí	
... no involucra la recolección de información sobre temas específicos que puedan ser estresantes y/o re-traumáticos para los participantes en la investigación (tanto encuestados como encuestadores)?	Sí	
... no involucra la recolección de datos con menores de edad , es decir, cualquier persona menor de 18 años?	Sí	
... no involucra la recolección de datos con otros grupos vulnerables , por ejemplo, personas con discapacidad, víctimas / supervivientes de incidentes de protección, etc.?	Sí	
... sigue los procedimientos operativos estándar para el manejo de información personal identificable ?	Sí	Nadie tendrá acceso a los datos de identificación de los comerciantes salvo el oficial de evaluación encargado de su realización, y estos datos se almacenarán en un equipo seguro.

5. Plan de análisis de datos

Comercios

Preguntas de investigación	#	Método de recolección	Grupo	Sub-pregunta de investigación	Pregunta del cuestionario	Instrucciones			Respuestas del cuestionario
N/A	1	KI Interview	Información encuestador	fecha_encuesta	Seleccione la fecha en la que está realizando la encuesta.	Fecha		.=date(today())	
	2	KI Interview	Información encuestador	organizacion	Seleccione la organización de la cual usted hace parte.	Selección (única)			Listado de organizaciones
	3	KI Interview	Información encuestador	encuestador	Digite su nombre completo o su código.	Texto			
	4	KI Interview	Edad legal	edad_legal	¿Cuántos años cumplidos a hoy tiene?	Número			
	5	KI Interview	Consentimiento	consentimiento	Me gustaría hacerle algunas preguntas sobre precios y suministros de ciertos artículos. Cualquier información que usted proporcione no será utilizada para identificarle. Las respuestas son voluntarias y usted puede optar por interrumpir la entrevista, o no responder a las preguntas, en cualquier	Selección (única)	-\${edad_legal}>=18		- Sí - No

				momento. Sin embargo, esperamos que participe, ya que sus opiniones son importantes. ¿Tiene alguna pregunta?, ¿está dispuesto y disponible para contestar esta entrevista?			
6	KI Interview	Departamento	departamento	¿En qué departamento está recolectando la información?	Selección (única)		Listado de departamentos
7	KI Interview	Strata	municipio	¿En cuál municipio está recolectando la información?	Selección (única)		Listado de municipios
8	KI Interview	Strata	zona_comercio	¿Su comercio se encuentra en qué zona de \${label_municipio}?	Selección (única)		- Cabecera municipal - Zona rural - No sabe - Se rehúsa a responder
9	KI Interview	Perfil del comerciante	comer_urbano	¿En qué barrio de este \${label_municipio} se encuentra su comercio?	Texto	`\${zona_comercio}='cabecera'	
10	KI Interview	Perfil del comerciante	comer_rural	¿En qué vereda de este \${label_municipio} se encuentra su comercio?	Texto	`\${zona_comercio}='rural'	
11	KI Interview	Perfil del comerciante	mercado_salud	Encuestador (a): ¿recolectará datos para productos de salud y salud sexual en farmacia?	Selección (única)		- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar

	1 2	KI Interview	Perfil del comerciante	clase_mercado	¿En qué tipo de mercado se encuentra?	Selección (única)	not(selected(#{mercado_salud}, 'si'))		- Tienda de barrio - Tienda plaza de mercado - Tienda en centro de abastecimiento - Supermercados de cadena - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
	1 3	KI Interview	Perfil del comerciante	nombre_mercado	¿Cuál es el nombre de la/el #{label_clase_mercado} ?	Texto	#{clase_mercado}='supermercado' or #{clase_mercado}='tienda_plaza' or #{clase_mercado}='tienda_abas'		
	1 4	KI Interview	Perfil del comerciante	nombre_negocio	¿Cuál es el nombre con el que constituyó su negocio?	Texto	#{clase_mercado}='tienda_barrio'		
¿Cuáles son las características de los mercados?	1 5	KI Interview	Perfil del comerciante	tipo_comerciante	¿Usted qué tipo de comerciante se considera?	Selección (única)	not(selected(#{mercado_salud}, 'si'))		- Comerciante minorista (es quien vende sólo a consumidores) - Comerciante mayorista (es quien vende a comerciantes y a consumidores) - Comerciante mayorista (es quien vende EXCLUSIVA Y DIRECTAMENTE a otros comerciantes) - No sabe - Se rehúsa a responder

1 6	KI Interview	Perfil del comerciante	medios_pago	¿Cuál de los siguientes medios de pago acepta en su negocio?	Selección (múltiple)		<ul style="list-style-type: none"> - Efectivo (pesos colombianos) - Efectivo otra moneda - Dinero móvil (daviplata, nequi, etc.) - A crédito - Trueque - Tarjetas bancarias - Tarjetas de organizaciones humanitarias - Bonos/cupones de organizaciones humanitarias - Bonos/cupones del gobierno - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
1 7	KI Interview	Perfil del comerciante	tipo_producto	¿Con cuál de los siguientes grupos de productos comercia?	Selección (múltiple)	not(selected({mercado_salud}, 'si'))	<ul style="list-style-type: none"> - Granos y cereales - Productos de origen animal (huevos, productos lácteos) - Carnes frescas - Alimentos no perecederos (pastas, harinas, aceite, enlatados) - Verduras y tubérculos

							<p>presenta problemas de acceso físico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las vías de acceso para llegar al mercado son peligrosas o están dañadas - La construcción de los mercados de la zona es insegura - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
19	KI Interview	Productos y precios	barrer_acceso_social	En los últimos 30 días, ¿ha habido gente o grupos de personas que evitaran venir al mercado por sentirse discriminados o inseguros?	Selección (única)		<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar
	KI Interview	Productos y precios	acceso_financiero	¿Los clientes de este negocio han enfrentado en los últimos 30 días dificultades para pagar los productos que necesitan o para pagar el transporte para llegar acá?	Selección (única)		<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar
20	KI Interview	Productos y precios	barrer_acceso_financiero	¿Qué dificultades financieras han enfrentado los clientes?	Selección (múltiple)	<p>if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr')), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</p> <p>#{acceso_financiero}='si'</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gran parte de los clientes no puede pagar los productos - Gran parte de los clientes no puede pagar en los medios de

								<p>pago que acepto en el negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> - El transporte para llegar al mercado es muy costoso para gran parte de los clientes - El costo de la gasolina es muy alto para muchos de los clientes - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
	KI Interview	Reabastecimiento	operacional	¿Actualmente está enfrentando dificultades para mantener su negocio operando y bien surtido?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar
21	KI Interview	Reabastecimiento	problemas_operacionales	¿Qué dificultades ha enfrentado para mantener su negocio operando y bien surtido?	Selección (múltiple)	#{operacional}='si'	<p>if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultades para mantener disponibles los productos más vendidos - Dificultades para pagar los precios que ponen los proveedores - Dificultades para tener dinero en efectivo para pagarle a los proveedores - Dificultades relacionadas con temas de

¿Cuál es la cadena de suministro y las rutas de abastecimiento que afectan los mercados?

								seguridad - Dificultades relacionadas con condiciones físicas en las zonas cercanas al mercado (estado de las calles, edificios, etc) - Dificultades para conseguir empleados - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
2 2	KI Interview	Productos y precios	reasons_problemas_operacionales	Especifique la otra razón:	Texto	selected(#{problemas_operacionales}, 'otro')		
2 3	KI Interview	Productos y precios	capa_abste_nuevo	¿Tiene la capacidad de reabastecer el inventario de $\{\text{nombre_alimento_grupo}\}$ en este momento?	Selección (única)			- Sí - Parcialmente - No - No sabe - Se rehúsa a responder
2 4	KI Interview	Productos y precios	proveedor_nuevo	El proveedor principal de $\{\text{nombre_alimento_grupo}\}$ está dentro o fuera de Colombia?	Selección (única)			- Dentro de Colombia - Fuera de Colombia - No sabe - Se rehúsa a responder
2 5	KI Interview	Productos y precios	depart_nuevo	¿En cuál departamento se encuentra su proveedor principal de $\{\text{nombre_alimento_grupo}\}$?	Selección (única)	$\{\text{proveedor_nuevo}\}=\text{'colombia'}$		Listado de departamentos

26	KI Interview	cambios en los precios	pais_nuevo	¿En qué país se encuentra su proveedor principal de $\{\text{nombre_alimento_grupo}\}$?	Selección (única)	$\{\text{proveedor_nuevo}\}=\text{'fuera'}$	<ul style="list-style-type: none"> - Venezuela - Ecuador - Perú - Brasil - EE.UU - China - Otro (Especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
27	KI Interview	cambios en los precios	tipo_proveedor_nuevo	¿Qué tipo de comerciante es el proveedor de $\{\text{nombre_alimento_grupo}\}$?	Selección (única)		<ul style="list-style-type: none"> - Comerciante mayorista (es quien vende exclusivamente a otros comerciantes) - Comerciante mayorista (es quien vende a otros comerciantes y a consumidores) - Comerciante minorista (es quien vende sólo a consumidores) - Agricultor o campesino - Intermediario (campesino-comerciante) - Distribuidor (intermediario mayoristas-minoristas) - Fábrica o transformador - Otro (especifique)

							<ul style="list-style-type: none"> - No sabe - Se rehúsa a responder
28	KI Interview	cambios en los precios	unprov_nuevo	De los grupos de productos que mencionó que comercializaba previamente ¿Para cuáles tiene SOLO UN (1) proveedor?:	Selección (múltiple)	not(selected({mercado_salud}, 'si'))	<ul style="list-style-type: none"> - Granos y cereales - Productos de origen animal (huevos, productos lácteos) - Carnes frescas - Alimentos no perecederos (pastas, harinas, aceite, enlatados) - Verduras y tubérculos - Productos no alimentarios (aseo personal, del hogar, etc.) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a contestar

<p>¿Cuáles son los precios de los productos básicos alimentarios y no alimentarios en Colombia?</p>	<p>2 9</p>	<p>KI Interview</p>	<p>cambios en los precios</p>	<p>alimentos_venta</p>	<p>Selección (múltiple)</p>	<p>Con el fin de obtener información específica sobre algunos productos ¿podría decirnos cuáles de los siguientes alimentos vendió en su comercio en el mes previo?</p>	<p>selected(\${tipo_producto}, 'cereales') or selected(\${tipo_producto}, 'origen_animal') or selected(\${tipo_producto}, 'carnes') or selected(\${tipo_producto}, 'no_perecederos') or selected(\${tipo_producto}, 'verdura_tuber')</p>	<p>if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr'), count-selected(.)=1, count-selected(.)<=1 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arroz (1 kg) - Lentejas (1 libra) - Huevos tipo A (1 unidad) - Pechuga de pollo (1libra) - Frijoles bola roja (1 libra) - Pastas tipo espagueti (1 libra) - Harina de maíz (1 kg) - Plátano (1 kg) - Papa pastusa (1 libra) - Yuca (1 libra) - Aceite (1 Lt) - Tomate chonto (1 libra) - Leche (1 Lt) - Lomitos de atún en lata en aceite (1 unidad (170 gr)) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a contestar
---	----------------	-------------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------------	---	--	---

30	KI Interview	Reabastecimiento	no_alimentos_venta	Con el fin de obtener información específica sobre algunos productos ¿podría decirnos cuáles de los siguientes productos no alimentarios vendió en su comercio en el mes previo?	Selección (múltiple)	selected({tipo_producto}, 'no_alimentarios')	<ul style="list-style-type: none"> - Papel higiénico doble hoja (1 unidad) - Toallas higiénicas (1 paquete de 10 unidades sin alas) - Jabón de ropa en barra (1 barra de 300gr) - Crema de dientes (1 tubo de 100gr) - Jabón de uso personal en barra (1 barra de 75gr) - Pañales (1 paquete de 30 unidades) - Cloro (1 Lt) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a responder
----	--------------	------------------	--------------------	--	----------------------	--	---

3 1	KI Interview	Reabastecimiento	salud_venta	Con el fin de obtener información específica sobre algunos productos ¿podría decirnos cuáles de los siguientes productos de salud o salud sexual y reproductiva vendió en su comercio en el mes previo?	Selección (múltiple)	selected(mercado_salud, 'si')	if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') or selected(., 'ninguno'), count-selected(.)=1, count-selected(.)<=10)	<ul style="list-style-type: none"> - Preservativos (1 caja de 6 unidades) - Buscapina (1 caja de 20 pastillas) - Acetaminofén tabletas (1 sobre de 20 unidades) - Antigripal para niños (1 caja por 10 unidades) - Ibuprofeno tabletas por 600mgs (1 sobre de 10 unidades) - Anticonceptivos orales combinados (1 blister por 21 grageas) - Anticonceptivos Inyectables mensuales (1 ampolla) - Penicilina benzatinica (1 ampolla) - Prueba de embarazo (1 unidad) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a responder
3 3	KI Interview	Reabastecimiento	precio_alimento	Hoy, ¿cuál es el precio de la marca/clase más vendida de \${nombre_alimento}?				

	34	KI Interview	Reabastecimiento	dias_exisnc_alimento	¿Cuántos días durarán sus existencias/inventarios actuales de \${nombre_alimento}?	Númerica		.>=0 and .<50000	
	35	KI Interview	Reabastecimiento	precio_no_alimento	Hoy, ¿cuál es el precio de la marca/clase más vendida de \${nombre_no_alimento}?				
	36			dias_exisnc_no_alimento	Cuántos días durarán sus existencias/inventarios actuales de \${nombre_no_alimento}?	Númerica		.>=0 and .<50000	
	37			precio_salud	Hoy, ¿cuál es el precio de la marca/clase más vendida de \${nombre_salud}?				
	38			dias_exisnc_salud	¿Cuántos días durarán sus existencias/inventarios actuales de \${nombre_salud}?	Númerica		.>=0 and .<80000	
<i>¿Cuáles son las variaciones y tendencias geográficas de los precios en el tiempo?</i>	40			cambio_prec_alimento	¿Espera que los precios en general de los alimentos que usted vende cambien en el próximo mes?	Selección (única)	selected(\${tipo_producto}, 'cereales') or selected(\${tipo_producto}, 'origen_animal') or selected(\${tipo_producto}, 'carnes') or selected(\${tipo_producto}, 'no_perecederos') or selected(\${tipo_producto}, 'verdura_tuber')		- No cambien - Sí - van a aumentar - Sí – van a disminuir - No sabe - Se rehúsa a responder
	41			cambio_prec_no_alimento	¿Espera que los precios en general de los productos no alimentarios que usted vende cambien en el próximo mes?	Selección (única)	selected(\${tipo_producto}, 'no_alimentarios')		- No cambien - Sí - van a aumentar - Sí – van a disminuir - No sabe

								- Se rehúsa a responder
4 2			cambio_prec_salud	¿Espera que los precios en general de los productos que usted vende cambien en el próximo mes?	Selección (única)	selected(#{mercado_salud}, 'si')		- No cambien - Sí - van a aumentar - Sí - van a disminuir - No sabe - Se rehúsa a responder

4 3	aumento_precio	¿Por qué espera que suban en general los precios de los productos que usted comercializa?	Selección (múltiple)	\${cambio_prec_alimento}='aumenta' or \${cambio_prec_no_alimento}='aumenta' or \${cambio_prec_salud}='aumenta'	- El reabastecimiento se verá interrumpido por bloqueos en las vías de acceso (protestas, etc.) - El reabastecimiento se verá interrumpido, las condiciones de seguridad de las carreteras o rutas fluviales empeorarán temporalmente - El reabastecimiento se verá interrumpido, las condiciones físicas de las carreteras o rutas fluviales empeorarán temporalmente - Por el aumento de la inflación, todos los precios han subido - La gente vendrá aquí temporalmente para encontrar los productos que no están disponibles en ningún otro lugar - Por los
--------	----------------	---	----------------------	--	--

							<p>programas de transferencias monetarias de las organizaciones humanitarias</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actualmente hay escasez en el inventario o materia prima de estos productos - Algunos artículos estarán escasos, pues estarán fuera de temporada - El reabastecimiento será menor, pues los productores locales venderán menos temporalmente - Alto costo del combustible - El transporte será muy costoso - Aumento en la tasa de cambio - Debido a las políticas de control de precios por parte del gobierno - Debido al clima, habrá mayor demanda de este producto - Otra (especifique)
--	--	--	--	--	--	--	---

								- No sabe - Se rehúsa a responder
--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------------------------

<p>4 4</p>		<p>aumento_alimentos</p>	<p>¿Cuáles de los siguientes productos alimentarios considera que se verán afectados por estos cambios?</p>	<p>Selección (múltiple)</p>	<p>`\${cambio_prec_alimento}='aumenta'</p>	<p>if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arroz (1 kg) - Lentejas (1 libra) - Huevos tipo B (1 unidad) - Pechuga de pollo (1libra) - Frijoles bola roja (1 libra) - Pastas tipo espagueti (1 libra) - Harina de maíz (1 kg) - Plátano (1 kg) - Papa pastusa (1 libra) - Yuca (1 libra) - Aceite (1 Lt) - Tomate chonto (1 libra) - Leche (1 Lt) - Lomitos de atún en lata en aceite (1 unidad (170 gr)) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a contestar
----------------	--	--------------------------	---	-----------------------------	--	--

4 5	baja_precio	¿Por qué espera que bajen en general los precios de los productos alimentarios y/o no alimentarios?	Selección (múltiple)	<pre> \${cambio_prec_alimento}='disminuye' or \${cambio_prec_no_alimento}='disminuye' or \${cambio_prec_salud}='disminuye' </pre>	<pre> if(selected(., 'nr') or selected(., 'nr') or selected(., 'ninguno') , count- selected(.)=1, count- selected(.)>=1) </pre>	<ul style="list-style-type: none"> - La gente está autoabasteciéndose (cosechando), por lo que la demanda disminuirá - La ayuda humanitaria ha sido en alimentos y productos, y la gente ha dejado de demandar - Hay una disminución general de la demanda debido a que la gente no está yendo a las tiendas o mercados - Hay una disminución de la demanda, pues la gente se está yendo de aquí para encontrar los productos que no están disponibles aquí. - Debido al clima, habrá menor demanda de este producto - La frontera estará abierta, lo que hará del reabastecimiento más fácil. - El
--------	-------------	---	----------------------	---	---	--

							<p>reabastecimiento se hará más fácil, las condiciones físicas de las carreteras o de las rutas fluviales mejorarán temporalmente</p> <ul style="list-style-type: none"> - El reabastecimiento se hará más fácil, las condiciones físicas y/o de seguridad de las carreteras o rutas fluviales mejorarán temporalmente - Algunos artículos estarán en temporada, por lo que habrá excedente de esos productos. - Actualmente hay excedente de inventario de este o estos productos - Disminución de la tasa de cambio - Disminución del costo del combustible - Debido a las políticas de control de precios por parte del gobierno - Otro
--	--	--	--	--	--	--	---

							(especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
--	--	--	--	--	--	--	---

	4 6		demanda	¿En este mercado compra gente que no vive en este municipio?	Selección (única)		if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar
	4 7		demanda_mdo	¿Considera que actualmente puede satisfacer la demanda de sus clientes sin problema?	Selección (única)			- Sí, sin ningún problema - Sí, pero con alguna dificultad - No, no puedo satisfacer la demanda actual - No sabe - Se rehúsa a responder
¿Qué desafíos han enfrentados en el último mes los	4 9		desafios_30ds	¿Su negocio se ha enfrentado a alguna dificultad o desafío para reabastecerse en los últimos 30 días?	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar

<p>comerciantes para reabastecerse y cuáles esperan en el mes siguiente?</p> <p>50</p>		<p>desafíos</p>	<p>¿Cuáles de estas dificultades o desafíos?</p>	<p>Selección (múltiple)</p>	<p>#{desafios_30ds}='si'</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Ninguna vía de acceso al municipio - Bloqueos en las vías de acceso (protestas, etc.) - Hay restricciones para las fronteras (áreas o terrestres) para la entrada de productos que no ha permitido a mis proveedores nacionales reabastecerse en productos importados - Inseguridad a lo largo de la ruta de abastecimiento (presencia de grupos armados ilegales, saqueos a camiones) - Malas condiciones físicas de las carreteras y/o ruta fluvial - Los proveedores han tenido que detener sus producciones - Los proveedores ya no tienen esos
--	--	-----------------	--	-----------------------------	------------------------------	--	---

							comercios de la zona - Mala relación con el proveedor - Otro (Especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
51		desafs_reabas	¿Considera que en el próximo mes va a experimentar alguna dificultad o desafío para reabastecerse?	Selección (única)		if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') , count-selected(.)=1,	- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar

						count-selected(>=1)	
5 2			desafs_reabast_esp	¿Cuáles de estas dificultades o desafíos?	Selección (múltiple)	#{desafs_reabas}='si'	<ul style="list-style-type: none"> - Ninguna vía de acceso al municipio - Bloqueos en las vías de acceso (protestas, etc.) - Hay restricciones para las fronteras (áreas o terrestres) para la entrada de productos que no permitirá a mis proveedores nacionales reabastecerse en productos importados - Inseguridad a lo largo de la ruta de abastecimiento (presencia de grupos armados ilegales, saqueos a camiones) - Malas condiciones físicas de las carreteras y/o ruta fluvial - Los proveedores tendrán que

							<p>comerciales de las empresas y mayoristas ya no visitarán los comercios de la zona</p> <ul style="list-style-type: none">- Mala relación con el proveedor- Por eventos de extorsión- Otro (Especifique)- No sabe- Se rehúsa a responder
--	--	--	--	--	--	--	---

53			transporte	¿En qué medio de transporte llegan al municipio el los productos que se han visto afectados por las interrupciones en el reabastecimiento en el último mes?	Selección (múltiple)	if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	- Camión - Carro - Bicicleta - Moto - Tractor - Barco - Canoa/Lancha - Avión - Burro/tracción animal - Tren - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a responder
54			tiempo_reabastecimiento	En promedio ¿Cuántos días tardan en reabastecerse de los productos afectados por estos desafíos para reabastecerse?	Número	if(selected(., 'ns') or selected(., 'nr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	

Alojamiento

Preguntas de investigación	#	Método de recolección	Grupo	Sub-pregunta de investigación	Pregunta del cuestionario	Instrucciones		Respuestas del cuestionario
N/A	1	KI Interview	Información inicial	fecha_encuesta	Seleccione la fecha en la que está realizando la encuesta.	Fecha	.=date(today())	
	2	KI Interview	Información inicial	organizacion	Seleccione la organización de la cual usted hace parte.	Selección (única)		Lista de organizaciones

¿Cuál es el perfil de las personas encuestadas?

3	KI Interview	Información inicial	organizacion_otr	Especifique la otra organización:	Texto	<code>#{organizacion}='otro'</code>		
5	KI Interview	Información inicial	edad_legal	¿Cuántos años cumplidos tiene?	Numérica			
6	KI Interview	Información geográfica y demográfica	departamento	1. ¿En qué departamento está recolectando la información?	Selección (única)			Lista de departamentos
7	KI Interview	Información geográfica y demográfica	municipio	2. ¿En qué municipio está recolectando la información?	Selección (única)			Lista de municipios
8	KI Interview	Información geográfica y demográfica	genero	3. Puede decirme si es ud:	Selección (única)			- Hombre - Mujer - Hombre trans - Mujer trans - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
9	KI Interview	Información geográfica y demográfica	genero_otr	Especifique otro:	Texto	<code>#{genero}='otro'</code>		
10	KI Interview	Información geográfica y demográfica	nacionalidad	4. ¿Cuál es su nacionalidad?	Selección (múltiple)		<code>if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</code>	- venezolana - Colombiana - Otra, especifique - No sabe - Se rehúsa a contestar
11	KI Interview	Información geográfica y demográfica	otr_nacionalidad	4.1. Especifique la otra nacionalidad:	Texto	<code>selected(#{nacionalidad}, 'otro')</code>		

12	KI Interview	Información geográfica y demográfica	pais_residencia	4.2 ¿En qué país vivía antes de noviembre del 2022?	Selección (única)	selected({nacionalidad},'venezolana')		<ul style="list-style-type: none"> - Colombia - Venezuela - Ecuador - Perú - Chile - Brasil - Otro - No sabe - Se rehúsa a responder
13	KI Interview	Información geográfica y demográfica	pais_residen_otro	4.2.1 Especifique otro	Texto	selected({pais_residencia},'otro')		
14	KI Interview	Información geográfica y demográfica	movimiento_sino	4.3 ¿Usted tiene intención de moverse en los próximos días del lugar en el que está actualmente?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
15	KI Interview	Información geográfica y demográfica	movimiento	4.4 ¿Hacia dónde desea moverse en los próximos días?	Selección (única)	selected({movimiento_sino},'si')		<ul style="list-style-type: none"> - Deseo ir a Venezuela - Deseo establecerme en un municipio diferente de Colombia - Deseo establecerme en otro país diferente a Colombia y Venezuela - Deseo cambiar de vivienda en la misma ciudad - Otro - No sabe - Se rehúsa a responder

16	KI Interview	Información geográfica y demográfica	movimiento_otro	4.4.1 Especifique otro	Texto	selected({movimiento}, 'otro')		
17	KI Interview	Información geográfica y demográfica	docu_migratorio	5. Actualmente, ¿cuenta con Permiso por Protección Temporal (PPT)?	Selección (única)	selected({nacionalidad}, 'venezolana')		- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
18	KI Interview	Información geográfica y demográfica	asistencia	6. En los últimos 30 días, ha recibido algún tipo de ayuda/asistencia ya sea en efectivo, bonos, especie o servicios?	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
19	KI Interview	Información geográfica y demográfica	asistencia_vivienda	6.1 ¿Usó esta asistencia en materia de alojamiento?	Selección (única)	selected({asistencia}, 'si')		- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
20	KI Interview	Información geográfica y demográfica	barreras	¿Ha tenido que afrontar alguna barrera u obstáculo para encontrar o acceder a alojamiento?	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder

21	KI Interview	Información geográfica y demográfica	barreras_aloj	7. ¿Cuáles barreras tuvo para encontrar o acceder a alojamiento?	Selección (múltiple)	\${barreras}='si'	<p>if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alto costo de los alojamientos - Porque se ha sentido discriminado (a) - No tenía conocimiento de la oferta de alojamiento - No tenía conocimiento de los precios de los alojamientos - Por el alto costo de los servicios públicos - Porque no aceptan niños(as) - Porque no tenía conocimiento del área/municipio - Porque me exigen documentación (migratoria o de identidad) - Porque me exigen contar con un deudor solidario, fiador o referencia personal - Porque me exigen historial crediticio o certificados bancarios - Porque me exigen soportes
----	--------------	--------------------------------------	---------------	--	----------------------	-------------------	---

								de trabajo o de ingresos - Otro (Especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
22	KI Interview	Información geográfica y demográfica	barreras_aloj_otro	Especifique otro:	Texto	`\${barreras_aloj}='otro'`		

23	KI Interview	Información geográfica y demográfica	tipo_alojamiento	8. En los últimos 7 días, ¿en cuál de los siguientes tipos de alojamiento se ha quedado con mayor regularidad?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Pagadario o pasa día - Cuarto en Inquilinato - Cuarto en otro tipo de estructura - Casa o apartamento - Habitación hotel - Albergue - Ocupación en terrenos privados mediante asentamientos informales. - Ocupación de bienes o espacios públicos (lotes, edificios, parques, calles, puentes, terminales, etc) [situación de calle] - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
24	KI Interview	Información geográfica y demográfica	tipo_alojamiento_otro	Especifique el otro tipo de alojamiento:	Texto	`\${tipo_alojamiento}='otro'`		
25	KI Interview	Información geográfica y demográfica	zona_municipio	8.1 ¿En qué zona del municipio se encuentra este alojamiento?	Selección (única)	not(selected(`\${tipo_alojamiento}`, 'situacion_calle'))		<ul style="list-style-type: none"> - Cabecera municipal - Zona rural - No sabe - Se rehúsa a responder

	26	KI Interview	Información geográfica y demográfica	barrio	8.1.1. ¿En qué barrio de este municipio se encuentra este alojamiento?	Texto	`\${zona_municipio}='cabecera'`		
	27	KI Interview	Información geográfica y demográfica	vereda	8.1.2. ¿En qué vereda de este municipio se encuentra este alojamiento?	Texto	`\${zona_municipio}='rural'`		
	28	KI Interview	Información geográfica y demográfica	prop_alojamiento	9. Por favor, seleccione el tipo de titularidad que tiene sobre el tipo de alojamiento anteriormente seleccionado:	Selección (única)	not(selected(`\${tipo_alojamiento}`, 'situacion_calle'))		<ul style="list-style-type: none"> - Arrendado o subarrendado - Posesión sin título (ocupante de hecho) ó propiedad colectiva - Hospedaje temporal - Está en la casa de alguien más (familiares o amig@s) - Propia, totalmente pagada - Propia, la están pagando - En usufructo - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
	29	KI Interview	Información geográfica y demográfica	prop_alojamiento_otr	Especifique otro:	Texto	`\${prop_alojamiento}='otro'`		
¿Cómo están conformados	30	KI Interview		num_hogar	10. ¿Con cuántas personas de su hogar usted se alojó allí?	Numérica		`\${num_hogar}>0`	

los hogares encuestados? ¿Cuáles son las facilidades y modalidades de servicios públicos con los que cuentan los hogares encuestados?				(este número incluye al encuestado)				
	31	KI Interview	menores	10.1 Dentro de las personas de su hogar, ¿hay menores de 18 años?	Selección (única)	#{num_hogar}>1		- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
	32	KI Interview	num_nohogar	10.2 ¿Con cuántas personas que NO pertenecen a su hogar usted se alojó allí?	Numérica		#{num_nohogar}>=0	
	33	KI Interview	inodoro_compt	Inodoro compartido con personas que NO hacen parte del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
	34	KI Interview	inodoro_indiv	Inodoro de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
	35	KI Interview	cuarto_prva	Cuarto de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
	36	KI Interview	num_cuartos_priv	¿Cuántos cuartos de uso exclusivo para los miembros del hogar?	Numérica	#{cuarto_prva}=1		
	37	KI Interview	cuarto_compt	Cuarto compartido con personas que NO hacen parte del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
38	KI Interview	num_cuartos_comp	¿Cuántos cuartos de uso compartido con personas que NO hacen parte del hogar?	Numérica	#{cuarto_compt}=1			

39	KI Interview		cuartos	12. ¿En cuántos de esos cuartos duermen las $\${num_hogar}$ personas de este hogar?	Numérica	$\${cuarto_prva}>0$ or $\${cuarto_compt}>0$		
40	KI Interview		ducha_compt	Ducha compartida con personas que NO hacen parte del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
41	KI Interview		ducha_indiv	Ducha de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
42	KI Interview		lavamanos_compt	Lavamanos compartido con personas que NO hacen parte del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
43	KI Interview		lavamanos_indiv	Lavamanos de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
44	KI Interview		cocina_compt	Cocina compartida con personas que NO hacen parte del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
45	KI Interview		cocina_indiv	Cocina de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
46	KI Interview		lavan_compt	Zona de oficios (lavado y secado de ropa) compartida con	Selección (única)			- Sí - No - No sabe

				personas que NO hacen parte del hogar				- Se rehúsa a responder
47	KI Interview		lavan_indiv	Zona de oficios (lavado y secado de ropa) de uso exclusivo para los miembros del hogar	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder
48	KI Interview		servicios	14 De los siguientes servicios ¿a cuáles tiene acceso en este alojamiento?	Selección (múltiple)		if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'ninguno'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	- Agua - Gas - Energía/luz - Internet (WiFi) - Teléfono fijo - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a responder
49	KI Interview		modalidad_sanitario	14.1 ¿Cuál es la modalidad del servicio sanitario o de alcantarillado con la que cuenta este alojamiento?	Selección (única)			- Inodoro conectado a alcantarillado - Inodoro conectado a pozo séptico (en buenas condiciones) - Inodoro conectado a pozo séptico (necesita adecuaciones) - Inodoro sin conexión - Letrina (seca o con agua) - Bajamar

								(excretas arrastradas por los flujos del mar) - Defecación al aire libre - Sin servicio sanitario - Otra (especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
50	KI Interview		modalidad_sanitario_otro	Especifique cuál otra modalidad del servicio sanitario o de alcantarillado	Texto	`\${modalidad_sanitario}`='otro'		
51	KI Interview		modalidad_basuras	14.2 ¿Cuál(es) es(son) la modalidad del servicio de basuras con la que cuenta este alojamiento?	Selección (múltiple)		if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'sin_servicio') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	- Por recolección pública, privada o comunitaria - Se tira a un río, quebrada, caño o laguna - Se tira a un patio, lote, zanja o baldío - Se quema o se entierra - Se clasifica la basura entre orgánicos y reciclaje, aprovechamos todos los residuos, por ende no necesitamos el servicio

							<ul style="list-style-type: none"> - Las personas del alojamiento deben ir a la avenida o a un lugar lejos de este, donde si recogen la basura - Se le paga a un recolector informal para que lleve la basura a un basurero - Sin servicio - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
52	KI Interview		modalidad_basuras_otro	Especifique cuál otra modalidad del servicio de recolección de basuras	Texto	selected(\${modalidad_basuras}, 'otro')	
53	KI Interview		reciclaje	14.3 Se reciclan/reutilizan parte de sus residuos por:	Selección (múltiple)	if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'no_recicla') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	<ul style="list-style-type: none"> - Un programa de la empresa de aseo - Por recicladores de oficio - Por iniciativa propia - Por una empresa privada - No reciclamos los residuos en el hogar. - Otra (especifique)
54	KI Interview		reciclaje_ot	Especifique cuál otra forma de reciclar	Texto	selected(\${reciclaje}, 'otro')	

55	KI Interview		modalidad_agua	14.4 ¿Cuál(es) es(son) la modalidad del servicio de agua con la que cuenta este alojamiento?	Selección (múltiple)	selected({servicios}, 'agua')	if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'sin_servicio') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	<ul style="list-style-type: none"> - De acueducto por tubería - De otra fuente por tubería - De pozo con bomba - De pozo sin bomba, aljibe, jagüey o barreno - Aguas lluvias - Río, quebrada, nacimiento o manantial - De pila pública - Carro tanque o agua en camión cisterna - Aguatero - Agua embotellada o en bolsa - Tecnologías alternativas (puntos de suministro o de abasto) - Pila de suministro comunitario - Sin servicio - Otro (especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
56	KI Interview		modalidad_agua_otro	Especifique cuál otra modalidad del servicio de agua	Texto	selected({modalidad_agua}, 'otro')		

¿Cuáles son los tipos de contratación usada por los hogares y los riesgos existentes en los acuerdos de tipo verbal?	57	KI Interview	estrato	15. ¿Cuál es el estrato al que pertenece este alojamiento?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Uno - Dos - Tres - Cuatro - Cinco - Seis - No sabe - Se rehúsa a responder
	58	KI Interview	tipo_contrato	16. ¿Qué tipo de contrato o arreglo utilizó para establecer el acuerdo entre usted y el propietario?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Contrato legal - Acuerdo verbal - No existe un acuerdo de ninguna naturaleza - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
	59	KI Interview	tipo_contrato_otr	Especifique otro tipo de contrato:	Texto	`\${tipo_contrato}`='otro'		

60	KI Interview		implicaciones_contrato	16.1 ¿Cuáles de estas obligaciones o acciones implica este acuerdo verbal?	Selección (múltiple)	\${tipo_contrato}='verbal'	if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'ninguno') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	<ul style="list-style-type: none"> - Se solicita un depósito en dinero - Se solicita un depósito en especie (en bienes) - Se solicita dejar sus documentos como depósito - Se cobra un monto mayor al que se cobraría si se contara con un contrato escrito - Debe pagar por adelantado - Se establecieron restricciones no acordadas del uso de la vivienda a medida de que pasó el tiempo - Se hace usted cargo del mantenimiento de la vivienda (el arrendor no asume costos de vivienda) - Adicional al pago en dinero, se realizan otras actividades que complementan el pago - Otra
----	--------------	--	------------------------	--	----------------------	----------------------------	--	--

								(especifique) - Ninguna - No sabe - Se rehúsa a contestar
61	KI Interview		implicaciones_otr	Especifique otro tipo de implicaciones	Texto	selected(\${implicaciones_contrato}, 'otro')		
62	KI Interview		deposito_cash	16.1.1 ¿De cuánto es este depósito?	Numérica	selected(\${implicaciones_contrato}, 'deposito')		
63	KI Interview		pago_adelantado	16.1.2 ¿Cuánto debe pagar por adelantado?	Numérica	selected(\${implicaciones_contrato}, 'pago_adelantado')		
64	KI Interview		pago_formal	16.1.3 ¿Cuánto cree que se pagaría con este alojamiento mensualmente bajo un contrato escrito?	Numérica	selected(\${implicaciones_contrato}, 'mas_pago')		

65	KI Interview		incumplimiento	16.2 ¿Qué tipo de consecuencias tiene el incumplimiento de estas obligaciones o acciones del acuerdo verbal?	Selección (múltiple)	<code>\${tipo_contrato}='verbal' and not(selected(\${implicaciones_contrato}, 'ninguno'))</code>	<code>if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)</code>	<ul style="list-style-type: none"> - El arrendatario los desaloja de la vivienda - Se pone en riesgo la integridad física de la familia - El arrendor se queda con el depósito - El arrendor se queda con el depósito en especie (bienes) - Les cortan los servicios públicos - El propietario se queda con los documentos - Se cobran intereses muy altos - Ninguna consecuencia - Otra (especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar
66	KI Interview		incumplimiento_otr	Especifique otro tipo de consecuencias	Texto	<code>selected(\${incumplimiento}, 'otro')</code>		

¿Cuál es el precio de la vivienda con relación a los tipos existentes de alojamiento y sus variaciones en el tiempo?	67	KI Interview	medios_pago	17. ¿Cuál de los siguientes medios de pago utiliza para poder alojarse allí?	Selección (única)			<ul style="list-style-type: none"> - Pago en dinero (efectivo o transferencia) - Intercambio de bienes - A cambio de trabajo - A cambio de cuidar esta vivienda - No entrega nada a cambio de ocupar este alojamiento - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
	68	KI Interview	medios_pago_otro	Especifique otros medios de pago:	Texto	`\${medios_pago}='otro'`		
	69	KI Interview	tiempo_hospedaje	18. ¿Durante cuánto tiempo se han alojado allí?	Selección (única)	`\${medios_pago}='dinero'`		<ul style="list-style-type: none"> - Una noche - Menos de una semana - Una semana - Dos semanas - Un mes - Más de un mes y menos de un año - Un año - Más de un año - No sabe - Se rehúsa a responder
	70	KI Interview	tiempo_hosp_otro	18.1 Especifique otro tiempo	Texto	`\${tiempo_hospedaje}='otro'`		

71	KI Interview		tiempo_pago	19. ¿Cada cuánto paga usted por este alojamiento?	Selección (única)	`\${medios_pago}`='dinero'		<ul style="list-style-type: none"> - Diariamente - Semanalmente - Cada 15 días - Cada mes - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
72	KI Interview		cantidad_pago	20. ¿Cuánto pagó ud por este alojamiento la última vez (en COP) por ese periodo de tiempo?	Numérica	`\${medios_pago}`='dinero'		

73	KI Interview		mes_alojamiento	21. ¿El mes pasado se encontraba en el mismo tipo de alojamiento?	Selección (única)	({medios_pago}='dinero' and {tiempo_hospedaje}='noche') or ({medios_pago}='dinero' and {tiempo_hospedaje}='menos_semana') or ({medios_pago}='dinero' and {tiempo_hospedaje}='semana') or ({medios_pago}='dinero' and {tiempo_hospedaje}='dos_semanas') or ({medios_pago}='dinero' and {tiempo_hospedaje}='un_mes') or {tiempo_hospedaje}='noche' or {tiempo_hospedaje}='menos_semana' or {tiempo_hospedaje}='semana' or {tiempo_hospedaje}='dos_semanas' or {tiempo_hospedaje}='mes'		- Si - No - No sabe - Se rehúsa a responder
----	--------------	--	-----------------	---	-------------------	---	--	--

74	KI Interview		cambio_precio	22. ¿Hubo un cambio de precio en el último mes para este mismo alojamiento?	Selección (única)	<p> \${mes_alojamiento}='si' or (\${medios_pago}='dinero' and \${tiempo_hospedaje}='mes') or (\${medios_pago}='dinero' and \${tiempo_hospedaje}='mas_mes') or (\${medios_pago}='dinero' and \${tiempo_hospedaje}='ano') or (\${medios_pago}='dinero' and \${tiempo_hospedaje}='mas_ano') </p>		<ul style="list-style-type: none"> - Sí, el precio del alojamiento aumentó - Sí, el precio del alojamiento disminuyó - No, el precio del alojamiento no cambió - No sabe - Se rehúsa a contestar
75	KI Interview		pago_alojamiento_ant	24. ¿Cada cuánto pagaba usted por este alojamiento en el mes pasado?	Selección (única)	<p> \${cambio_precio}='aumenta' or \${cambio_precio}='disminuye' </p>		<ul style="list-style-type: none"> - Diariamente - Semanalmente - Cada 15 días - Cada mes - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a responder
76	KI Interview		tiempo_pagoaloj_otro	24.1 Especifique otro tiempo	Texto	<p> \${pago_alojamiento_ant}='otro' </p>		
77	KI Interview		valor_ant_alojamiento	25. ¿Cuánto pagó ud el mes pasado por el mismo alojamiento (en COP) por ese período de tiempo?	Numérica	<p> \${cambio_precio}='aumenta' or \${cambio_precio}='disminuye' </p>		

¿Cuál es el valor de los servicios y las facilidades de las viviendas?	78	KI Interview	servicios_pago	26. ¿El / la $\${nombre_servicio}$ está incluido en el precio del arriendo?	Selección (única)	$\${medios_pago}='dinero'$ and $not(selected(\${servicios}, 'ninguno'))$		<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sabe - Se rehúsa a contestar
	79	KI Interview	modo_pago_servicio	27. ¿En qué forma paga el servicio de $\${nombre_servicio}$?	Selección (única)	$\${servicios_pago}='no'$		<ul style="list-style-type: none"> - Se paga por aparte - No se paga, pero se tiene acceso a este (esto puede ser por un subsidio o por una conexión informal al servicio) - No sabe - Se rehúsa a contestar
	80	KI Interview	valor_servicio	28. ¿Cuánto pagan uds de servicio de $\${nombre_servicio}$ en esa vivienda al mes?	N Numérica	$\${modo_pago_servicio}='aparte'$		
	81	KI Interview	facilidades_pago	29. De las siguientes facilidades que usted señaló que tiene acceso en el alojamiento ¿cuáles se pagan por aparte del precio del alojamiento?	Selección (múltiple)	$\${medios_pago}='dinero'$	$if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') or selected(., 'ninguno'), count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)$	<ul style="list-style-type: none"> - Lavandería - Cocina - Baño (ducha, inodoro y lavamanos) - Ninguno de los anteriores - No sabe - Se rehúsa a responder

	82	KI Interview	valor_facilidades	30. ¿Cuánto pagan por el uso de $\{\text{nombre_facilidades}\}$?	N Numérica	selected($\{\text{facilidades_pago}\}$, 'lavanderia') or selected($\{\text{facilidades_pago}\}$, 'cocina') or selected($\{\text{facilidades_pago}\}$, 'bano')	
¿Cuáles son los riesgos a los que están expuestos los hogares en materia de seguridad y desalojo?	83	KI Interview	seguridad	31. ¿Qué tan segura siente usted que es la vivienda actual para usted y su familia?	Selección (única)		<ul style="list-style-type: none"> - Nada segura - Poco segura - Medianamente segura - Segura - Muy segura - No sabe - Se rehúsa a contestar

84	KI Interview	razones_inseguridad	32. De las siguientes razones, ¿cuáles son las que hacen que ud sienta que su vivienda actual no es segura para ud y su familia?	Selección (múltiple)	selected({seguridad},'nada_segura') or selected({seguridad},'poco_segura') or selected ({seguridad},'medio_segura')	if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	<ul style="list-style-type: none"> - La vivienda no cumple con los reglamentos de construcción - La vivienda se encuentra en una zona de alto riesgo (cerca de ríos, posibles derrumbes o desprendimientos de tierra, etc.) - El acceso físico a la vivienda no es fácil - El acceso físico a la vivienda es inseguro - La zona donde está ubicado el alojamiento es insegura - Los materiales en los que está hecha la vivienda no considero que sean seguros ni resistentes - Los materiales en los que está hecha la vivienda siento que no nos protegen del clima - El uso compartido con personas desconocidas de la vivienda no nos hace sentir
----	--------------	---------------------	--	----------------------	---	--	---

								seguros - En el alojamiento nos encontramos en riesgo de desalojo - Otra, especifique - No sabe - Se rehúsa a contestar
85	KI Interview		otra_razones_inseg	Especifique otra razón	Texto	selected({razones_inseguridad},'otro')		
86	KI Interview		desalojo	33. ¿En el próximo mes, considera que podría encontrarse en riesgo de desalojo?	Selección (única)			- Sí - No - No sabe - Se rehúsa a responder

87	KI Interview	razones_desalajo	33.1 ¿Cuáles o cuál es la razón para que se considere en riesgo de desalajo?	Selección (múltiple)	\${desalajo}='si'	if(selected(., 'ns') or selected(., 'sr') , count-selected(.)=1, count-selected(.)>=1)	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene capacidad de pago - Tiene problemas con el propietario - Tiene problemas con otros habitantes de la vivienda - Tiene problemas con otros habitantes del barrio - Tiene problemas con las autoridades - Se venció el plazo que tiene para permanecer en la vivienda - Necesito trasladarme a otro lugar - Discriminación por ser de Venezuela - Discriminación relacionada con género, edad, discapacidad, etnia, salud - Ausencia de condiciones de seguridad - Otro, especifique - No sabe - Se rehúsa a contestar
----	--------------	------------------	--	----------------------	-------------------	--	--

88	KI Interview		otra_razones_desalo	Especifique otra razón	Texto	selected({razones_desalojo},'otro')	
89	KI Interview		razones_aloj	¿Cuáles fueron las razones por las que escogió este alojamiento?	Selección (múltiple)		<ul style="list-style-type: none"> - Porque contaba con facilidades cercanas (colegios, centros de salud, centros comerciales, etc) - Porque cambié de trabajo y quería estar más cerca - Porque el precio es más bajo con respecto a otras zonas que me gustaban - Porque quiero que los niños estudien cerca - Porque el tamaño del alojamiento se adapta a más a mis necesidades - Porque arriendan/venden más fácil, no hay tantos requerimientos - Porque mi familia vive cerca o ya vivían acá - Otro (Especifique) - No sabe - Se rehúsa a contestar

90	KI Interview		otra_razones_aloj	Especifique otra razón	Texto	selected({razones_aloj},'otro')		
----	--------------	--	-------------------	------------------------	-------	---------------------------------	--	--

6. Plan de monitoreo & evaluación

IMPACT Objetivo	Indicador M&E Externo	Indicador M&E Interno	Punto Focal	Herramienta	El indicador va a ser traqueado?
Actores humanitarios están accediendo a los productos de IMPACT	Número de organizaciones humanitarias accediendo a productos/servicios de IMPACT Número de individuos accediendo a productos/servicios de IMPACT	# de descargas x producto de Resource Center	País solicita a HQ	User_log	X Si
		# de descargas x producto de Relief Web	País solicita a HQ		X Si
		# de descargas x producto en plataformas del país	Equipo en el país		X Si
		# de ingresos web x producto en el boletín informativo global de REACH	País solicita a HQ		X Si
		# de ingresos web x producto en el boletín nacional, sendingBlue, bit.ly	País solicita a HQ		<input type="checkbox"/> Si
		# de visitas a x webmap/x dashboard	País solicita a HQ		<input type="checkbox"/> Si
Actividades de IMPACT contribuyen a programar mejor la implementación y coordinación de la respuesta humanitaria	Número de organizaciones humanitarias utilizando servicios/productos de IMPACT	# referencias en documentos de HPC (HNO, SRP, Flash appeals, estrategias de clúster/sector)	Equipo en el país	Referencia_log	<i>Las estrategias para GTM</i>
# referencias en documentos únicamente de agencias					
Actores humanitarios están utilizando productos de IMPACT	Actores humanitarios utilizan evidencia/productos de IMPACT para la toma de decisiones y para el planeamiento y entrega de ayuda humanitaria.	Relevancia percibida de programas de IMPACT en el país	Equipo en el país	Usage_Feedback and Usage_Survey template	<i>Retroalimentación verbal y escrita de los socios.</i>
		Utilidad e influencia percibida de los productos de IMPACT			
		Recomendaciones para fortalecer los programas de IMPACT			
		Capacidad percibida del personal de IMPACT			
		Calidad percibida de los productos/programas			
	Número de documentos humanitarios (HNO, HRP, planes estratégicos de clúster, etc.) que han sido informados directamente por	Recomendaciones para fortalecer los programas de IMPACT			

	productos de IMPACT.				
Actores humanitarios están involucrados en programas de IMPACT a través de los ciclos de investigación	Número y/o porcentaje de organizaciones humanitarias que contribuyen directamente a programas de IMPACT (<i>proveen recursos, participan en presentaciones, etc.</i>)	# de organizaciones que proveen recursos (ej. personal, vehículos, lugares de reunión, presupuesto, etc.) para actividades de implementación	Equipo en el país	Engagement_log	<input type="checkbox"/> Si
		# de organizaciones/ clústeres contribuyendo en el diseño de la investigación y en análisis conjunto			<input type="checkbox"/> Si
		# de organizaciones/ clústeres atendiendo a reuniones de presentación de hallazgos.			X SI