

# Colombia | Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercados (JMMI)

Noviembre 2024. Recolección de datos en septiembre -octubre 2024

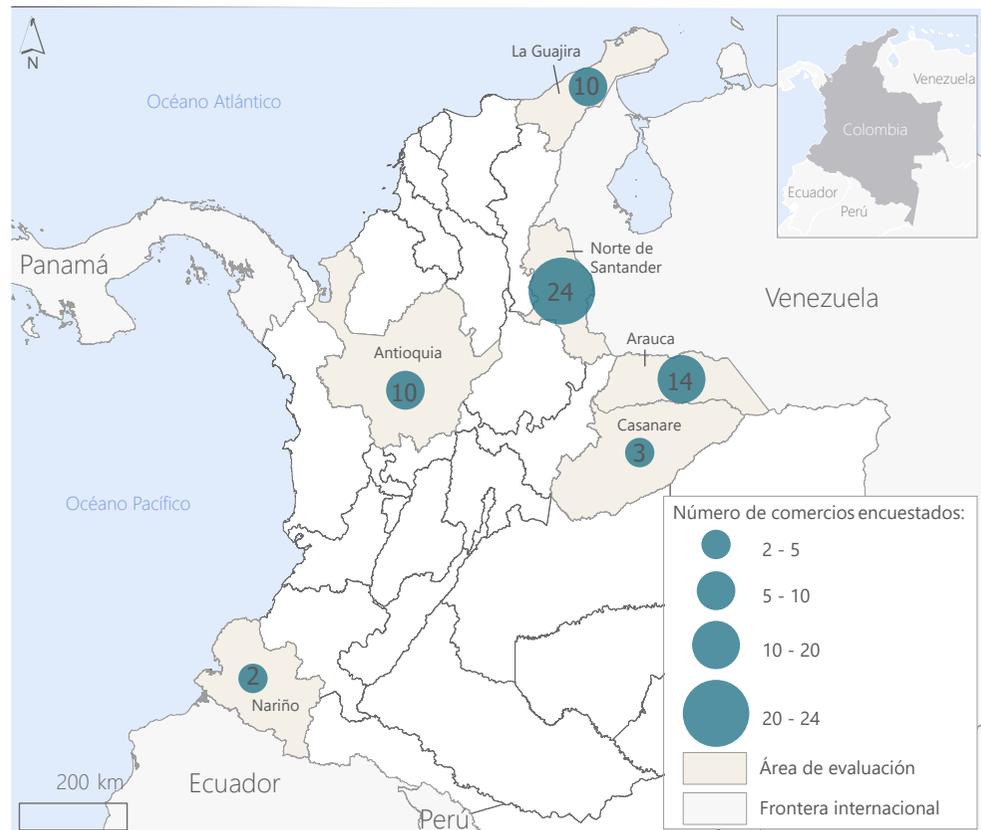
## Introducción

La Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercado (JMMI - Joint Market Monitoring Initiative) es el resultado del esfuerzo conjunto del Grupo de Transferencias Monetarias de Colombia (GTM) y IMPACT a través de su iniciativa REACH desde noviembre de 2019. La definición de objetivos de la iniciativa JMMI se alinean con las necesidades prioritarias informadas en la Encuesta de Necesidades del Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios

Mixtos (GIFMM) del año 2022.

A través del JMMI se busca comprender y monitorear los factores relevantes de los mercados priorizados<sup>1</sup> por el GTM para determinar el grado de funcionalidad, monitorear precios y disponibilidad de productos. Para esta ronda, se monitorearon alimentos y productos no alimentarios (NFI). Para más información sobre el comportamiento de los precios en las diferentes rondas, consulte nuestro [dashboard interactivo](#)

## Cobertura



## Mensajes clave

- El 44% de los comerciantes en los departamentos monitoreados **preveía un aumento en los precios de los productos, para el mes siguiente** a la recolección de datos. La inflación fue la razón más mencionada (78%), mientras que el 45% atribuyó este incremento al alto costo de la gasolina, marcando un notable aumento en comparación con abril de 2024, cuando solo el 5% mencionaba este factor.
- Los productos con mayores expectativas de aumento de precios en el mes previo a la encuesta fueron el huevo tipo B (72%), el arroz, el plátano, la papa y el aceite vegetal (todos con 66%), **lo que refleja una tendencia al alza en productos básicos esenciales para los consumidores.**
- El 36% de los comerciantes **enfrentó dificultades para reabastecerse durante el mes previo a la recolección de datos**, siendo los bloqueos en las vías de acceso la principal causa (91%). Esta barrera afectó al 100% de los comerciantes **en Norte de Santander y La Guajira**, agravando los problemas de suministro y encareciendo la operación de los negocios.
- El 10% de los informantes **mencionó tener problemas para mantener sus negocios operando y surtidos** debido a la dificultad para mantener disponibles los productos más vendidos, el 8% manifestó que era debido a la dificultad de pagar los precios que ponían los proveedores.

## Indicadores clave

### Cambios en los costos de productos

#### Mediana del costo compilado de productos

Alimentos	NFI
▼ -6%	▼ -5%
52.282 COP	50.910 COP

### Cambios en la mediana de precios de productos compilados por departamentos<sup>2</sup>

Arauca <sup>3</sup>	104.609 COP	-7% ▼
La Guajira <sup>3</sup>	79.086 COP*	-16% ▼
N. Santander <sup>3</sup>	115.939 COP	+9% ▲

### Índice de reabastecimiento

Los comerciantes reportaron que estaban en capacidad de reabastecerse, en promedio, el 88% de los productos alimentarios, 8 puntos porcentuales por debajo de lo que expresaron en la ronda de abril de 2024.

4	Organizaciones participantes
6	Departamentos cubiertos
63	Comercios entrevistados
21	Productos monitoreados

\* Dado que en esta ronda no se logró recolectar información para la yuca y el tomate chonto, la variación se calculó sin estos productos tanto en la canasta de abril como en la de septiembre.

## Puntaje de Funcionalidad de Mercado (MFS)

El Puntaje de Funcionalidad de Mercado (por su sigla en inglés, Market Functionality Score) es un método de clasificación de mercados basado en su nivel de funcionalidad, que ayuda a los actores humanitarios a entender en qué áreas los mercados funcionan lo suficientemente bien y en cuales no, con el fin de decidir cual es la mejor forma de entrega de asistencia, sea a través de Programas de Transferencias Monetarias (PTM) o a través de otro tipo de modalidad de asistencia. El MFS está dividido en cinco dimensiones, cada una de estas acompañadas de su respectivo peso:

- **Accesibilidad (25%):** física y social a los mercados.
- **Disponibilidad (30%):** la habilidad de los mercados para suministrar consistentemente los productos básicos.
- **Asequibilidad (15%):** acceso financiero a los mercados y volatilidad de precios.
- **Resiliencia (20%):** la vulnerabilidad de las cadenas de suministros y la capacidad de reabastecimiento.
- **Infraestructura (10%):** el estado físico y financiero de la infraestructura de mercado.

Luego de tener los resultados para cada dimensión, se multiplican por el peso asignado. La suma de cada dimensión da como resultado el MFS. Estos pesos son generales para todas las misiones.

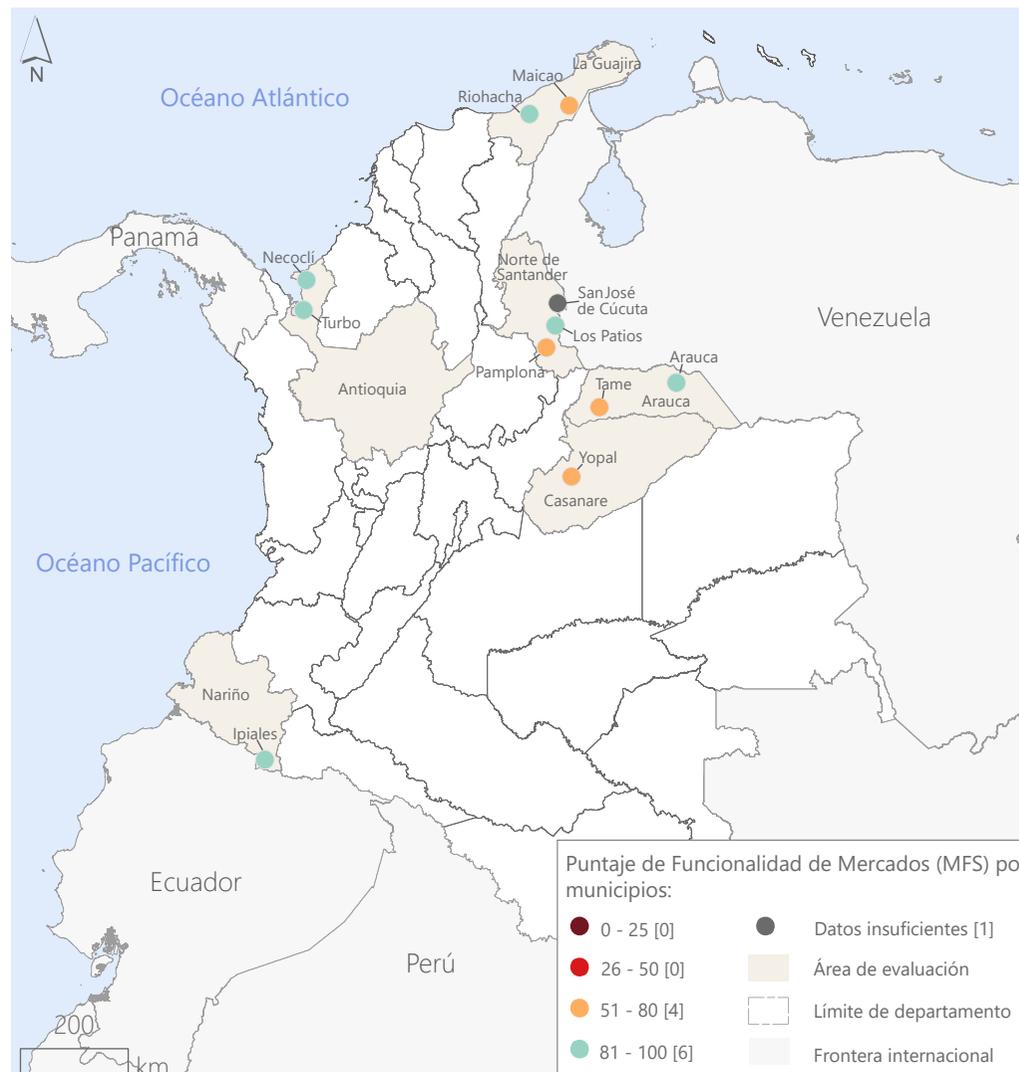
## Hallazgos

La mayoría de los mercados analizados en esta ronda tuvieron un Puntaje de Funcionalidad por encima de los 80 puntos sobre 100 posibles, indicando que los elementos que influyen el comportamiento de compradores y vendedores fueron estables en el periodo de recolección de datos.

También cabe destacar que el MFS se calculó a nivel departamental y municipal, permitiendo acceder con más detalle al funcionamiento de los mercados en el periodo de monitoreo de los actores humanitarios.

En el mapa adjunto se puede observar que los municipios de: Pamplona en Norte de Santander, Yopal en Casanare y Tame en Arauca fueron los únicos municipios que tuvieron un puntaje en el MFS por debajo de los 80 puntos. En el caso de Pamplona se debe a la baja disponibilidad de productos, cuatro de los 21 monitoreados, con un comerciante, de los cinco entrevistados, reportando dificultades de seguridad para abastecerse adecuadamente. En Tame y Yopal ocurre un fenómeno parecido con solamente cuatro productos monitoreados en al menos dos comercios, siendo todos NFI en Tame y todos alimentarios en Yopal. Igualmente, un comerciante en Tame, de los cuatro encuestados, reportó dificultades para mantener la disponibilidad de los productos más vendidos.

En La Guajira, donde se recolectó información en Riohacha y Maicao, se observa que la dimensión de resiliencia está en un 70%, a pesar de haber obtenido



un MFS por encima de 80 y estar clasificado como con funcionalidad completa. La razón esta principalmente ligada a dificultades con las condiciones físicas en las zonas cercanas al mercado. Este es el valor más bajo dentro de los departamentos encuestados, solo siendo superado por Casanare al ser Yopal el único municipio encuestado y tener las condiciones descritas previamente.

## Contexto de la economía local

Se ha observado una contracción económica, con caídas en la producción industrial, ventas y construcción. El Producto Interno Bruto (PIB) creció un 2% anual en el tercer trimestre del año, siguiendo con la tendencia de los últimos trimestres<sup>7</sup>; adicional, la Tasa de Intervención del Banco de la República de Colombia (BANREP) fue de 10,75% para el mes de septiembre, observándose una disminución de un punto porcentual con respecto a la ronda pasada y una respuesta a la petición de parte del gobierno de incentivar una reactivación económica para mitigar el impacto de una posible crisis económica<sup>8</sup>.

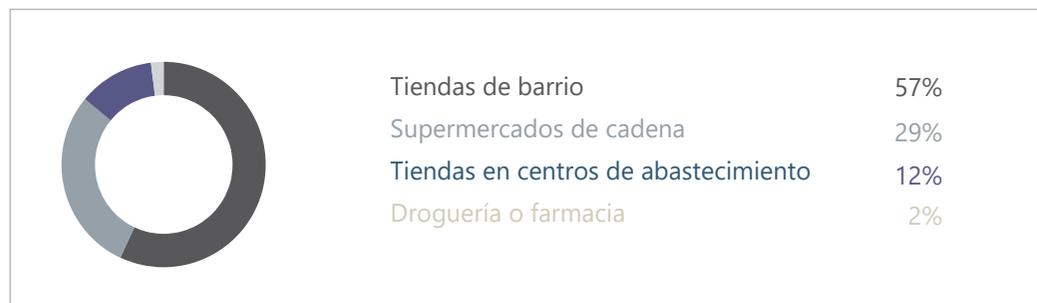
## Cuentas nacionales

Para el momento de la recolección de datos la variación mensual en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de 0,24%. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), esta variación se explicó principalmente por el aumento en los precios del renglón de educación (1.93%) y restaurante y hoteles (0.49%). Mientras que, el renglón de recreación y cultura decreció sus precios un 0,26%, los alimentos y bebidas no alcohólicas tuvieron una variación del 0.11%<sup>5</sup>.

Según el Banco de la República la inflación año corrido en Colombia para septiembre fue de 4.58%<sup>6</sup>, es decir, 3.43 puntos porcentuales por debajo de la reportada en el mismo periodo para el año anterior.

## Caracterización de los comercios encuestados

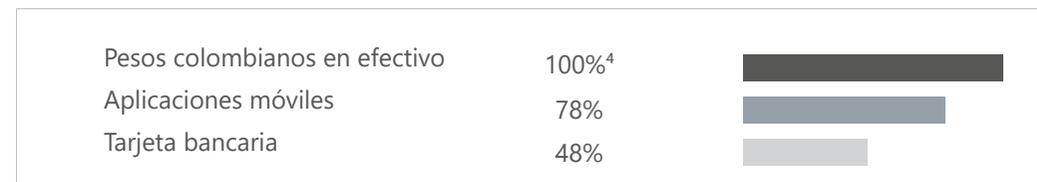
### Tipos de mercados reportados



### Tipos de comerciantes

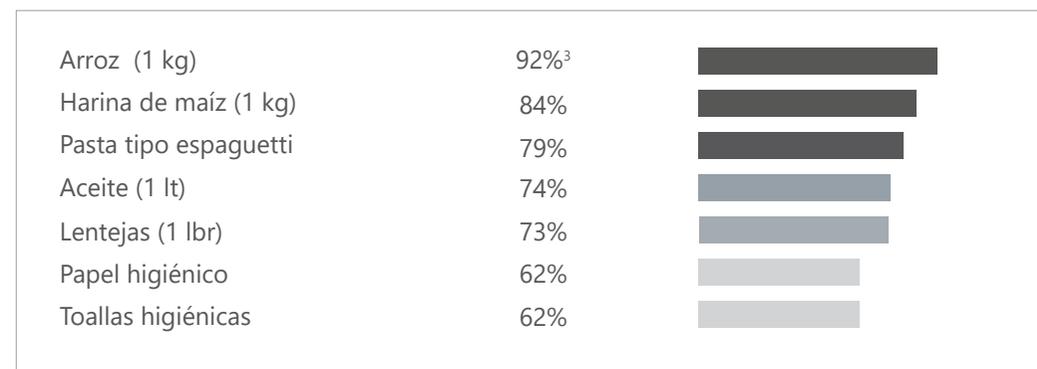


### Principales medios de pago aceptados en el comercio



Siete comercios respondieron recibir tarjetas de organizaciones humanitarias y solo cuatro bonos.

### Principales productos que reportaron comercializar los negocios



## Modalidades de pago

Cuatro de los comercios reportaron recibir dinero en moneda extranjera. A diferencia de la ronda pasada donde solo el 25% de los negocios informaron aceptar como medio de pago tarjeta bancaria, en esta ronda fue casi la mitad de los comercios (48%).

Alrededor del 89% reportó no recibir tarjetas de organizaciones humanitarias ni bonos expedidos por estas mismas organizaciones.

El 78% de los comercios permitió como pago a sus productos aplicaciones móviles, un aumento de 2 puntos porcentuales con respecto a la ronda de abril y 23 con respecto a la de noviembre de 2023, siendo esta el medio de pago más aceptado por los comerciantes después del efectivo.

## Días de existencia de los productos

La mayoría de los productos no alimentarios (NFI) mantuvieron la tendencia observada desde la ronda anterior con una reducción en la mediana de la cantidad de días que permanecieron en los estantes de los comercios. Para todos los productos, a excepción de la crema dental que pasó de 15 a 11, la mediana esta en 15 días.

Por el lado de los productos alimentarios (FI) todos los productos presentaron una disminución en la mediana de los días de stock. En particular, la yuca que pasó de 6 a 4 días, el pollo que pasó de 7 a 5 y los huevos que pasaron de 8 a 6 días, fueron los artículos para los que se observó una mayor reducción.

## Barreras de acceso físico

Cinco comerciantes reportaron que los clientes experimentaron problemas para acceder de forma física al mercado. **La principal barrera mencionada por dos de ellos, fue el acceso limitado como consecuencia de las restricciones de seguridad al momento de la recolección.** Los otros tres reportaron no saber la razón.

Al revisar por departamentos, los dos comerciantes que reportaron esta razón se encuentran en La Guajira, puntualmente en Maicao.

## Barreras de acceso financiero

Ningún comerciante reportó que sus clientes enfrentaron barreras de acceso financiero para pagar los productos, o el transporte para acercarse a comprar, o no pudieron pagar con los medios de pago disponibles.

## Barreras de acceso social

En solo tres departamentos se reportaron barreras sociales, la mayor parte de estos reportes se dieron en La Guajira y los reportes restantes en Casanare y Norte de Santander.



5

Comerciantes reportaron que los clientes habían sufrido barreras sociales.

Con respecto a la ronda anterior, donde también se reportaron estas dificultades, persiste en Norte de Santander pero ya no se reportó para Nariño. Además, resulta coherente con los desafíos de reabastecimiento que se reportaron especialmente ligados a bloqueos en las vías en estos mismos departamentos.

## Desafíos de reabastecimiento



64% No reportaron desafíos de reabastecimiento.

36% Si reportaron desafíos de reabastecimiento.

Las dos principales razones para reportar desafíos de reabastecimiento fueron:

91% Bloqueos en las vías

10% Los proveedores no están produciendo o comercializando estos productos, pues no hay demanda

Los departamentos con la mayor proporción de comerciantes que reportaron desafíos de reabastecimiento fueron Arauca (28%), La Guajira (24%) y Norte de Santander (24%). Las razones reportadas por los encuestados en estos departamentos, se relacionaron con los **bloqueos de las vías de acceso** (24% para La Guajira y Norte de Santander, 19% Arauca), **restricciones en las fronteras** (áreas o terrestres) para la entrada de productos lo que no había permitido a los proveedores nacionales reabastecerse en productos importados (30% Norte de Santander, 13% Arauca y 8% La Guajira), y las **malas condiciones físicas de las vías** (30% Norte de Santander, 13% Arauca y 8% La Guajira).



## Cambios en precios de los alimentos

Departamento	Mediana Nov 2023	Cambio con Julio 2023	Mediana Abril. 2024	Cambio con Nov. 2023	Mediana Sept. 2024	Cambio con Abril 2024
<b>Arroz (1 kg)</b>						
Arauca	\$ 4.500	0	\$ 4.400	▼ 2%	\$ 4.200	▼ 5%
La Guajira	\$ 4.450	▼ 10%	\$ 4.300	▼ 3%	\$ 4.400	▲ 2%
Norte Santander	\$ 3950	▼ 15%	\$ 4.025	▲ 2%	\$ 4.200	▲ 4%
<b>Lentejas (1kg)</b>						
Arauca	\$ 4.000	▲ 8%	\$ 4.250	▲ 6%	\$ 4.400	▲ 4%
La Guajira	\$ 3.845	▲ 1%	\$ 3.700	▼ 4%	\$ 3.300	▼ 11%
Norte Santander	\$ 3.845	▼ 17%	\$ 4.000	▲ 5%	\$ 3.920	▼ 2%
<b>Huevo tipo B (unidad)</b>						
Arauca	\$ 600	▲ 4%	\$ 600	0	\$ 500	▼ 17%
La Guajira	\$ 600	▲ 9%	\$ 483	▼ 20%	\$ 466	▼ 4%
Norte Santander	\$ 600	▲ 20%	\$ 500	▼ 17%	\$ 433	▼ 13%
<b>Fríjoles bola roja (1 lb)</b>						
Arauca	\$ 6.200	▲ 44%	\$ 4.400	▼ 29%	\$ 7.555	▲ 72%
La Guajira	\$ 5.295	▼ 20%	\$ 4.450	▼ 16%	\$ 4.000	▼ 10%
Norte Santander	\$ 5.295	▲ 32%	\$ 5.250	▼ 1%	\$ 5.000	▼ 5%
<b>Pastas tipo espagueti (1 lb)</b>						
Arauca	\$ 3.092	▼ 19%	\$ 2.900	▼ 6%	\$ 2.992	▲ 3%
La Guajira	\$ 2.700	▼ 10%	\$ 2.700	0	\$ 2.700	0
Norte Santander	\$ 2.700	▼ 36%	\$ 2.900	▲ 7%	\$ 3.500	▲ 21%
<b>Harina de maíz (1 kg)</b>						
Arauca	\$ 3.600	▼ 22%	\$ 3.700	▲ 3%	\$ 3.500	▼ 5%
La Guajira	\$ 3.795	▼ 22%	\$ 3.300	▼ 13%	\$ 2.750	▼ 17%
Norte Santander	\$ 3.795	▼ 18%	\$ 3.600	▼ 5%	\$ 2.995	▼ 17%
<b>Papa pastusa (1 lb)</b>						
Arauca	\$ 1.440	▼ 4%	\$ 1.500	▲ 4%	\$ 1.375	▼ 8%
La Guajira	\$ 1.300	▼ 32%	\$ 1.662	▲ 28%	\$ 2.150	▲ 29%
Norte Santander	\$ 1.300	▼ 19%	\$ 1.600	▼ 38%	\$ 1.750	▲ 9%
<b>Yuca (1 lb)</b>						
Arauca	\$ 1.500	▼ 6%	\$ 1.500	0	---	---
La Guajira	\$ 1.350	▲ 13%	\$ 1.200	▼ 11%	---	---
Norte Santander	\$ 1.350	▼ 33%	\$ 1.400	▲ 4%	\$ 2.000	▲ 43%
<b>Aceite (1 lt)</b>						
Arauca	\$ 7.776	▼ 7%	\$ 7.250	▼ 7%	\$ 7.650	▲ 6%
La Guajira	\$ 6.895	▼ 1%	\$ 6.900	▲ 0.1%	\$ 6.750	▼ 2%
Norte Santander	\$ 6.895	▼ 8%	\$ 5.950	▼ 14%	\$ 6.450	▲ 8%
<b>Lomitos de atún en lata</b>						
Arauca	\$ 7.500	▼ 1%	\$ 6.700	▼ 11%	\$ 4.987	▼ 26%
La Guajira	\$ 5.000	▼ 28%	\$ 6.000	▼ 6%	\$ 5.000	▲ 6%
Norte Santander	\$ 5.000	0	\$ 4.500	▼ 10%	\$ 6.025	▲ 34%

## Evolución de precios en los alimentos

- Arroz (1 Kilogramo): El precio del arroz presentó un aumento en La Guajira y Norte de Santander, donde para este último, van dos rondas con incrementos para un total de 6%.
- Huevo tipo B: La mediana de los precios del huevo bajó en los tres departamentos, llegando a precios más bajos que los registrados en noviembre 2023.
- Alimentos en Arauca: los precios de casi todos los alimentos en Arauca son los más altos de los tres departamentos, a excepción de la papa pastusa y el atún. En el caso de los fríjoles, la diferencia es de más de 2000 pesos.
- El fríjol bola roja en Arauca mostró un aumento de 72%, superando el precio reportado en la última ronda del 2023 (\$ 6.200), y siendo casi el doble del precio al que se vende en La Guajira (\$7.555 vs. \$ 4.000). Esto se debió a los efectos del Fenómeno del Niño que en algunas zonas del departamento causó un aumento en las precipitaciones, generando inundaciones, mientras que en otras áreas produjo sequías prolongadas que redujeron significativamente el rendimiento de los cultivos<sup>9</sup>.
- El precio de la harina de maíz presentó una reducción en los tres departamentos. En particular para La Guajira y Norte de Santander, esta tendencia se viene dando desde la ronda de julio de 2023.
- Además de los efectos generados por el Fenómeno de El Niño, y su impacto en los precios de los alimentos, otro factor relevante durante el mes de septiembre, fue el paro de transporte que afectó la movilización de la carga de productos en el país y por ende un incremento en los precios de venta<sup>10</sup>.

### Productos NFI

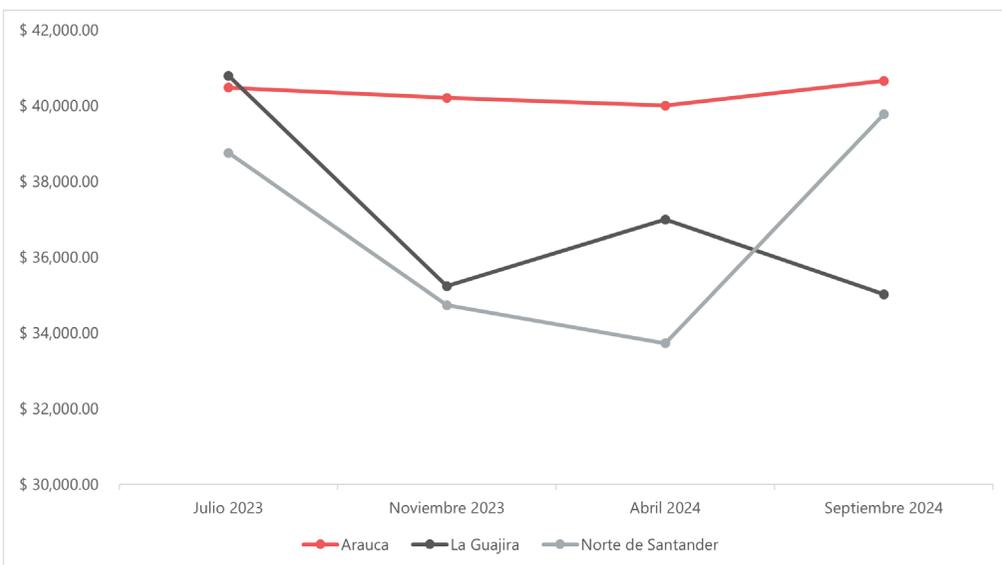
La suma de la mediana de los precios de la canasta de productos no alimentarios tuvo una disminución del 5% comparado con la ronda anterior. Sin embargo, a nivel individual se observa que para casi todos los productos hubo una disminución de más del 10%, a excepción de los pañales y el cloro que tuvieron un incremento pequeño de solo 3%.

En particular la crema de dientes ha presentado en las rondas del 2024 un disminución que ya acumula un 33% con respecto a lo reportado en noviembre del 2023. Por su parte, el cloro es el producto para el que más incremento se ha reportado con un 16% desde la última ronda del 2023.

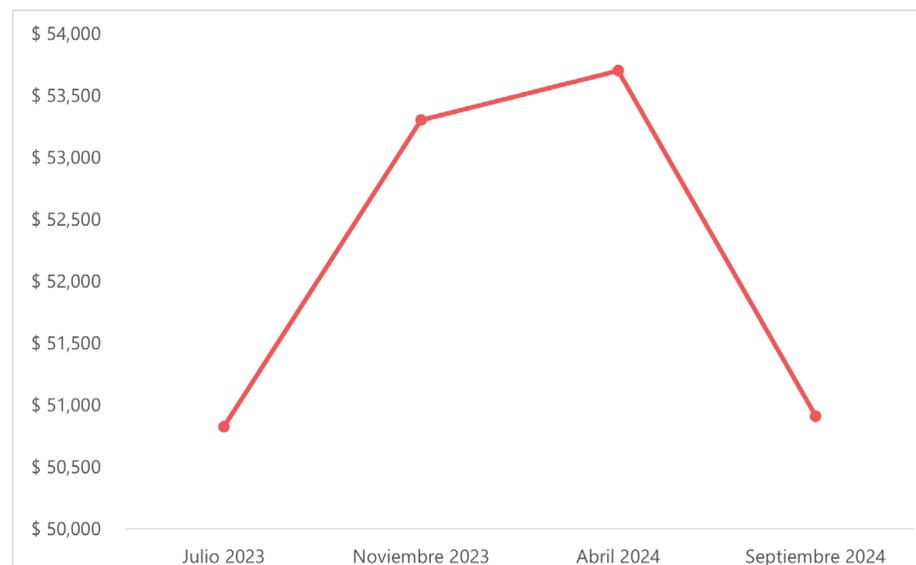
### Cambio en precios de productos NFI

Producto	Mediana Nov. 2023	Cambio Julio 2023	Mediana Abril 2024	Cambio con Nov. 2023	Mediana Sept. 2024	Cambio con Abril 2024
Papel higiénico doble hoja (1 unidad)	\$ 2.000	▲ 9%	\$ 2.100	▲ 5%	\$ 1.800	▼ 14%
Toallas higiénicas	\$ 4.400	▼ 2%	\$ 4.500	▲ 2%	\$ 3.890	▼ 14%
Jabón de ropa en barra (1 barra)	\$ 2.800	0	\$ 2.800	0	\$ 2.520	▼ 10%
Crema de dientes (1 tubo)	\$ 7.100	▲ 22%	\$ 6.800	▼ 4%	\$ 4.850	▼ 29%
Jabón de uso personal en barra	\$ 2.700	▼ 11%	\$ 3.000	▲ 11%	\$ 2.250	▼ 25%
Pañales (1 paquete x 20 unidades)	\$ 30.800	▲ 3%	\$ 31.000	▲ 1%	\$ 32.000	▲ 3%
Cloro (1 litro)	\$ 3.500	▲ 13%	\$ 2.800	0	\$ 3.600	▲ 3%

### Evolución del costo de la canasta de productos alimentarios



### Evolución del costo de la canasta de productos NFI



## Metodología

La Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercados (JMMI - Joint Market Monitoring Initiative) tiene como objetivo informar la programación basada en el mercado en Colombia. La cobertura depende del interés de las organizaciones asociadas y de la capacidad de sus equipos sobre el terreno para recopilar periódicamente datos de mercado. Las ubicaciones se agregan una vez que se identifican los socios dispuestos a cubrirlas y se capacita a sus equipos de campo. Dado que la iniciativa se está desarrollando actualmente, es probable que la cobertura se amplíe en futuras rondas de recopilación de datos.

En colaboración con 8 socios del GTM, se realizó la recolección de datos en 26 municipios y 164 comercios, monitoreando 30 productos dentro del territorio colombiano. En cada ubicación evaluada se deben recopilar al menos 4 precios por producto alimentario, no alimentario (NFI) y productos de salud, salud sexual y reproductiva (PSSR). Si en un municipio no se consiguen 4 precios por producto no se considera el valor a este nivel geográfico, pero sí a nivel departamental y nacional.

Los datos son recopilados por personal de campo familiarizado con las condiciones del mercado local. Reciben formación sobre metodología y herramientas de IMPACT Initiatives (a través de su iniciativa REACH). La recopilación de datos se realiza a través de la aplicación móvil KoboCollect. La herramienta de recopilación de datos se publica junto con el conjunto de datos en varias rondas al año y se difunde a la comunidad humanitaria.

Tras la recolección de datos, REACH recopila y limpia toda la información recolectada por los socios, normalizando los precios, cotejando los valores atípicos y calculando la mediana del coste de precios y el Puntaje de Funcionalidad de Mercado (MFS).

Detalles completos sobre esta metodología pueden ser encontrados en los Términos de

Referencia (ToR) del JMMI.

### MFS Cálculo

- El puntaje de funcionalidad del mercado es un método desarrollado por IMPACT Initiatives (a través de su iniciativa 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.
- 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 dado geográficamente por la división político administrativa de departamento.
- Por ejemplo, en la dimensión Disponibilidad se pregunta por la capacidad de reabastecer el inventario de cada uno de los productos monitoreados en el momento de la encuesta y se le da un puntaje así.

Si	Parcialmente	No
3 puntos	2 puntos	0 puntos

Al sumar los puntos obtenidos en esta dimensión, se multiplica por su respectivo peso, que para la dimensión Disponibilidad es del 30%. Al final se suman todas las dimensiones, que permite ubicar a ese mercado en alguna de las categorías: Completa, Reducida, Limitada, Pobre o Datos insuficientes.

### Limitaciones

Las conclusiones para el componente de mercados de productos y el MFS de esta evaluación, son indicativos, la cantidad de datos recolectados no constituyen una muestra representativa, por lo que los resultados no pueden extrapolarse y no son generalizables a las poblaciones de interés.

La muestra no se definió de manera aleatoria o probabilística, sino intencional, los datos fueron recolectados presencialmente por las organizaciones socias, ya que tienen acceso a mercados focalizados para la población que ha sido beneficiaria de Programas de Transferencias Monetarias (PTM)

Las conclusiones se basan en respuestas auto informadas, y podrían estar sujetas a cierto grado de sesgo.

A medida que el JMMI continúa expandiéndose y se abarca otras ubicaciones, los cambios informados en la mediana de los precios generales pueden deberse a movimientos en la cobertura más que a cambios reales en los precios de los productos monitoreados.

## Productos monitoreados

### Productos Alimentarios FI

Arroz	1 kg	Plátano	1 kg
Lentejas	1 kg	Papa pastusa	1 lb
Huevos	1 und	Yuca	1 lb
Pechuga	1 kg	Aceite	1 lt
Frijoles	1 lb	Tomate chonto	1 lb
Pasta	1 lb	Leche	1 lt
Harina	1 kg	Lomitos atún	1 und

### Productos no Alimentarios NFI

Papel higiénico	1 unidad
Toallas higiénicas	1 paquete de 10 unidades
Jabón de ropa en barra	1 barra de 300 gr
Crema de dientes	1 tubo de 100 gr
Jabón personal en barra	1 barra de 300 gr
Pañales	1 paquete 20 unidades
Cloro	1 litro

## Notas al final

<sup>1</sup>Los departamentos priorizados en el JMMI para septiembre 2024 fueron: Arauca, , Antioquia, Casanare, La Guajira, Nariño y Norte de Santander.

<sup>2</sup>Departamentos comparables por recolección similar de precios y productos en las rondas de abril y septiembre de 2024.

<sup>3</sup>La pregunta permitió la selección de múltiples respuestas, por lo que los porcentajes no sumaron necesariamente el 100%.

<sup>4</sup>La pregunta permitió la selección de múltiples respuestas, por lo que los porcentajes no sumaron necesariamente el 100%.

<sup>5</sup>IPC DANE. (2024) Disponible en: <https://sitios.dane.gov.co/ipc/visorIPC>

<sup>6</sup>BANREP. (2024). Estadísticas Índice de precios al consumidor. Disponible en: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

<sup>7</sup>PIB DANE. (2024) Disponible en: <https://sitios.dane.gov.co/>

<sup>8</sup>ANIF, 2024. Momento de acelerar los recortes de tasas del Banrep. Disponible en: <https://www.anif.com.co/informe-semanal/momento-de-acelerar-los-recortes-de-tasas-del-banrep/>

<sup>9</sup> Fenalce, 2024. Estadísticas. Disponible en: <https://fenalce.co/estadisticas/>

<sup>10</sup> UPRA, 2024. Comportamiento de los precios de los alimentos en septiembre de 2024. Disponible en: [https://upra.gov.co/es-co/Evas\\_Analiticas/Comportamiento%20de%20los%20precios%20de%20los%20alimentos%20en%20septiembre%20de%202024%E2%80%AF.pdf](https://upra.gov.co/es-co/Evas_Analiticas/Comportamiento%20de%20los%20precios%20de%20los%20alimentos%20en%20septiembre%20de%202024%E2%80%AF.pdf)

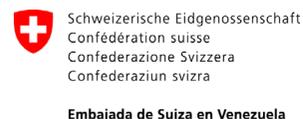
## Acerca del GTM

El Grupo de Transferencias Monetarias (GTM), establecido en el año 2020 en Colombia, es una comunidad de actores humanitarios, que coordina y armoniza los enfoques de los Programas de Transferencias Monetarias (PTM) para la repuesta humanitaria dirigida a los grupos poblacionales vulnerables que presentan necesidades humanitarias.

## Organizaciones participantes



## Con el apoyo de:



## Acerca de IMPACT Initiatives

IMPACT Initiatives es una organización humanitaria dedicada a realizar investigaciones que buscan respaldar y orientar la acción humanitaria. Entre sus principales iniciativas se encuentra REACH, la cual facilita el desarrollo de herramientas de información y productos que fortalecen la capacidad de los actores humanitarios para tomar decisiones fundamentadas en evidencia en contextos de emergencia, recuperación y desarrollo. Las metodologías empleadas por REACH incluyen la recopilación de datos primarios y análisis en profundidad, todas ellas llevadas a cabo a través de la colaboración interinstitucional. Para obtener más información, visite nuestra página web: <https://www.impact-initiatives.org>