

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) desde noviembre de 2019. La definición de objetivos y el diseño metodológico de la iniciativa se alinean con las necesidades prioritarias informadas por los encuestados en la Encuesta de Necesidades del Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM), alimentación y alojamiento (2020). En ese sentido, los objetivos responden a las necesidades de información para cada componente, mercados de productos básicos y mercado del alojamiento. Bajo el componente de mercados de productos básicos, se busca comprender y monitorear los factores relevantes de los mercados priorizados por el GTM para determinar el grado de funcionalidad de los mercados focalizados, y monitorear precios y disponibilidad de productos básicos. En este caso particular, la recolección se dio bajo un escenario de manifestaciones sociales en el país¹, por lo que se presentan datos en detalle sobre la capacidad de reabastecimiento de los comerciantes. Bajo el componente de mercado de alojamiento, se pretende ampliar la comprensión del mercado de la vivienda al que se enfrenta la población migrante en Colombia, y monitorear el precio del alojamiento, según el tipo de este. Esta hoja informativa proporciona una visión general de ambos componentes, características de los mercados, precios de los productos básicos y precios del alojamiento.

Metodología

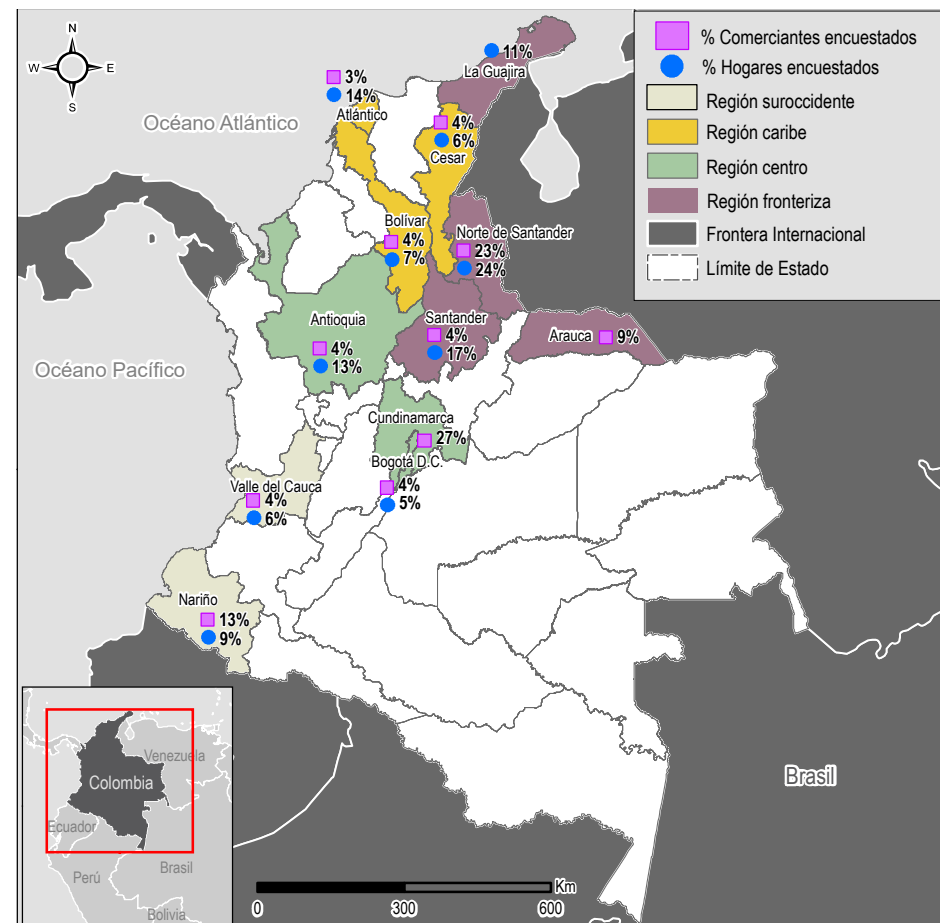
En colaboración con doce socios del GTM, se realizó la tercera ronda de recolección de datos para el JMMI. Bajo el componente de mercados de productos básicos, se entrevistaron 93 comerciantes en 11 departamentos dentro del territorio colombiano. Bajo el componente del mercado del alojamiento, se entrevistaron 310 hogares en 10 departamentos. Ambos componentes hicieron uso de un cuestionario de enfoque cuantitativo, construido en colaboración con los miembros del GTM, y consistió en entrevistas estructuradas con comerciantes en sus establecimientos o por medio de entrevistas telefónicas, y llamadas a los hogares beneficiarios. De forma general, se intentó dentro de cada municipio recolectar por lo menos tres precios por cada artículo evaluado, registrando el precio de la marca comercial más vendida en el negocio. Para el caso del alojamiento, se realizó un perfil del hogar y del tipo de la vivienda, para desagregar la información sobre los precios con base en esto. Los datos fueron recolectados por los socios entre el 28 de marzo y el 02 de abril de 2022.

Limitaciones

Las conclusiones para el componente de mercados de productos básicos de esta evaluación son indicativas, la cantidad de datos reunidos no es una muestra representativa, por lo que los resultados no pueden extrapolarse y no son generalizables a las poblaciones de interés. Para el componente de alojamiento, si bien se alcanzó el tamaño deseado para una muestra representativa, sólo para el tipo de alojamiento casa o apartamento, las conclusiones son extrapolables. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que esta muestra no se definió de manera aleatoria, sino intencional. Para los demás tipos de alojamientos, las conclusiones son indicativas. Además, debido a las restricciones actuales, los datos fueron recolectados remotamente por socios ya que tienen acceso a la población que ha sido beneficiaria a través de sus programas. Las conclusiones se basan en respuestas auto informadas y, por lo tanto, están sujetas a cierto grado de sesgo.

¹ Portafolio (2021).

Cobertura



Hallazgos principales

Cifras claves

93 comerciantes entrevistados **22** productos monitoreados
11 departamentos evaluados

- La proporción de los comerciantes de productos alimentarios y no alimentarios que reportaron **haber experimentado dificultades para reabastecerse en el mes previo y esperarlas en el mes siguiente a la recolección de datos fue 51% y 24%, respectivamente.**
- Las principales razones por las que los comerciantes reportaron haber experimentado dificultades fueron **el precio de la gasolina es muy alto y el precio del transporte es muy alto (30% y 22%, respectivamente).**
- En particular, **en Bogotá**, el 100% de los comerciantes reportaron haber experimentado desafíos en el mes previo a la recolección de los datos y, en **Arauca** el 75% de los encuestados informaron esperar experimentar desafíos en el mes siguiente.
- La proporción de comerciantes a nivel nacional que **reportaron esperar un aumento en los precios de los productos alimentarios y no alimentarios en el mes siguiente a la recolección de datos fue 60% y 69%, respectivamente**, siendo considerablemente más baja que la ronda de noviembre 2021 (92% y 80%, respectivamente).
- Tanto para los productos alimentarios como los no alimentarios, en Norte de Santander se ubicó la mayor proporción de comerciantes que **reportaron esperar un aumento en los precios (44% y 22% respectivamente).**
- La principal razón brindada por los comerciantes que manifestaron esperar un aumento en el precio de los productos (81%) fue: **por el aumento de la inflación, todos los precios han subido.**
- En cuanto al promedio de productos en capacidad de reabastecerse en el momento de la recolección de datos, en **Arauca, este promedio fue menor al nacional para alimentos (54% vs 77%).**

² 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 ([Cash Learning Partnership -CaLP, 2021](#)).

³ En este caso, se tuvieron en cuenta dos tipos de comerciantes mayoristas, aquellos que se ajustan a la definición de CaLP (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. ([CaLP, 2021](#)).

⁴ Se reportaron los tres principales tipos de comercios. Hay más tipos de comercios reportados, por lo que los porcentajes no suman 100%.

⁵ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

⁶ Se informan aquí las principales respuestas brindadas por los comerciantes. Hay más opciones reportadas, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

⁷ Estos porcentajes corresponden a la información dada por los 51 comerciantes que respondieron afirmativamente a la pregunta: ¿considera que los clientes experimentan problemas para acceder al mercado?.

Caracterización de los comercios y comerciantes

Tipo de productos que reportaron comercializar los comerciantes:

Granos y cereales	64%	
Productos de origen animal	10%	
Carnes frescas	5%	
Alimentos no perecederos	62%	
Verduras y tubérculos	48%	
Productos no alimentarios	40%	

Tipo de comerciantes entrevistados:

Comerciantes minoristas ²	90%	
Comerciantes mayoristas (venta a consumidores) ³	10%	

Tres principales tipos de comercios encuestados⁴:

Tienda de barrio (minimercado, supermercados locales, autoservicio, etc.)	82%	
Supermercado de cadena	8%	
Tienda en centro de abastecimiento	6%	

Tres principales medios de pago aceptados en el comercio⁵:

Efectivo en pesos colombianos	99%	
Dinero móvil	32%	
Tarjetas bancarias	25%	

Tres principales barreras de acceso al mercado reportadas por los comerciantes encuestados⁶⁻⁷:

Los precios han subido y los clientes no pueden pagarlos	82%	
Falta de recursos financieros de los clientes	27%	
Falta de recursos de los clientes para tomar el transporte y llegar al mercado	5%	

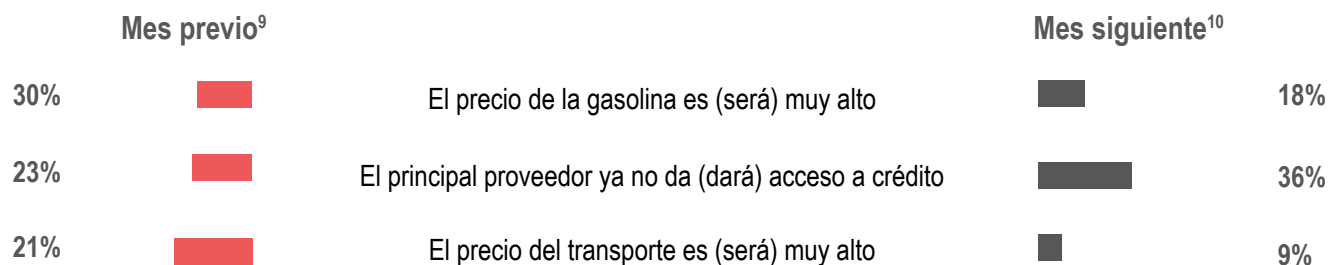
Resultados: desafíos para reabastecerse

Proporción de comerciantes de productos alimentarios y no alimentarios que reportaron haber experimentado o esperan experimentar dificultades para reabastecerse en el mes previo y siguiente a la recolección de datos:



La mayoría de los comerciantes que reportaron haber experimentado desafíos en el mes previo a la recolección de los datos se encontraban en **Bogotá**.

Tres principales dificultades reportadas por los comerciantes para reabastecerse en el mes previo a la recolección de datos y las que reportaron esperar afrontar en el mes siguiente a la recolección⁸:



Capacidad para reabastecer productos en el momento de la recolección de datos, reportada por los comerciantes:

Los comerciantes reportaron estar en la capacidad de reabastecerse en promedio¹¹ del **77% de los productos alimentarios y del 100% de los no alimentarios** para los que reportaron información.

El **arroz y los frijoles bola roja** fueron los productos mayormente reportados como con capacidad parcial o sin capacidad de ser reabastecidos.

En particular, en **Arauca**, la capacidad de reabastecerse de **productos alimentarios en promedio (54%) fue menor que la nacional**.

Las **lentejas (35%)** y los **huevos (32%)** fueron los productos mayormente reportados por los comerciantes como los productos que tienen **un solo proveedor**.

Medios de transporte y tiempo de reabastecimiento de los productos afectados por las dificultades:

El **90%** de los comerciantes que reportaron dificultades para reabastecerse en el mes previo y siguiente a la recolección de los datos afirmó que estos se **transportaban en camión**, y el tiempo promedio de reabastecimiento de estos productos era **9 días**¹².

Antioquia y Bogotá fueron los departamentos donde se reportaron los tiempos más largo de reabastecimiento (**15 días**).

La proporción de encuestados que reportó esperar enfrentar dificultades de reabastecimiento al mes siguiente a la recolección disminuyó para esta ronda. **Pasando del 40% al 24% de los comerciantes**.

Mediana de los días de inventario de los productos monitoreados:

Productos	Días
Productos alimentarios	
Arroz	8
Lentejas	▲ 11 ¹³
Huevos rojos tipo AA	4
Pechuga de pollo	3
Frijoles bola roja	▲ 15
Pasta tipo espagueti	▲ 15
Harina de maíz	▲ 10
Plátano	▼ 3
Papa pastusa	▼ 3
Yuca	▼ 2
Aceite	▼ 8
Tomate chonto	▼ 2
Leche	▲ 7
Lomitos de atún en lata en aceite	15
Productos no alimentarios	
Papel higiénico doble hoja	▲ 15
Toallas higiénicas	15
Jabón de ropa en barra	15
Crema de dientes	▲ 15
Jabón de uso personal en barra	▲ 15
Pañales	15
Cloro	▲ 20
Tapabocas quirúrgico	▲ 20

⁸ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

⁹ Dificultades reportadas por 47 comerciantes que reportaron haber enfrentado dificultades en el mes previo a la recolección de datos.

¹⁰ Dificultades reportadas por 22 comerciantes que reportaron esperar enfrentar dificultades en el mes siguiente a la recolección de datos.

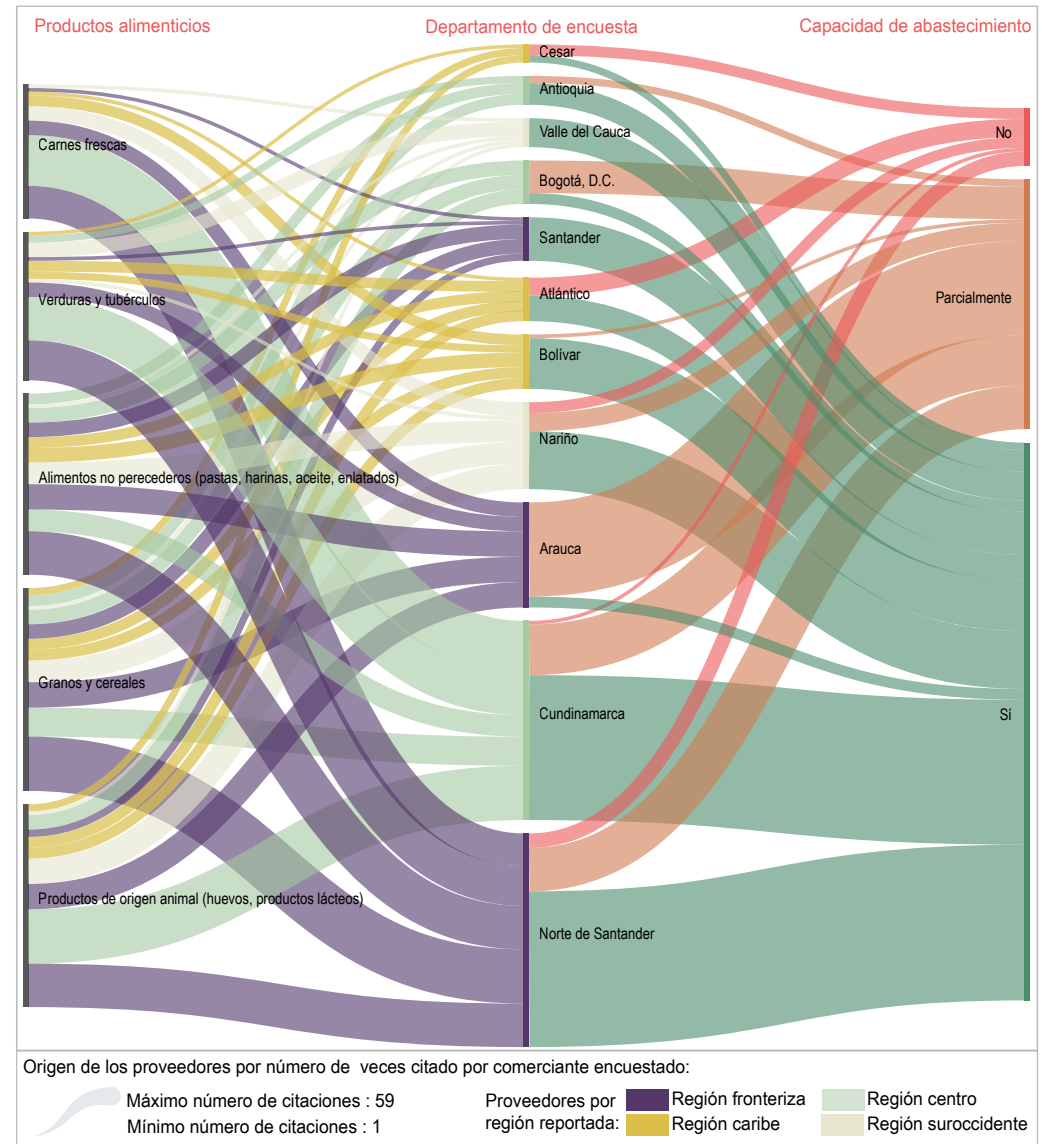
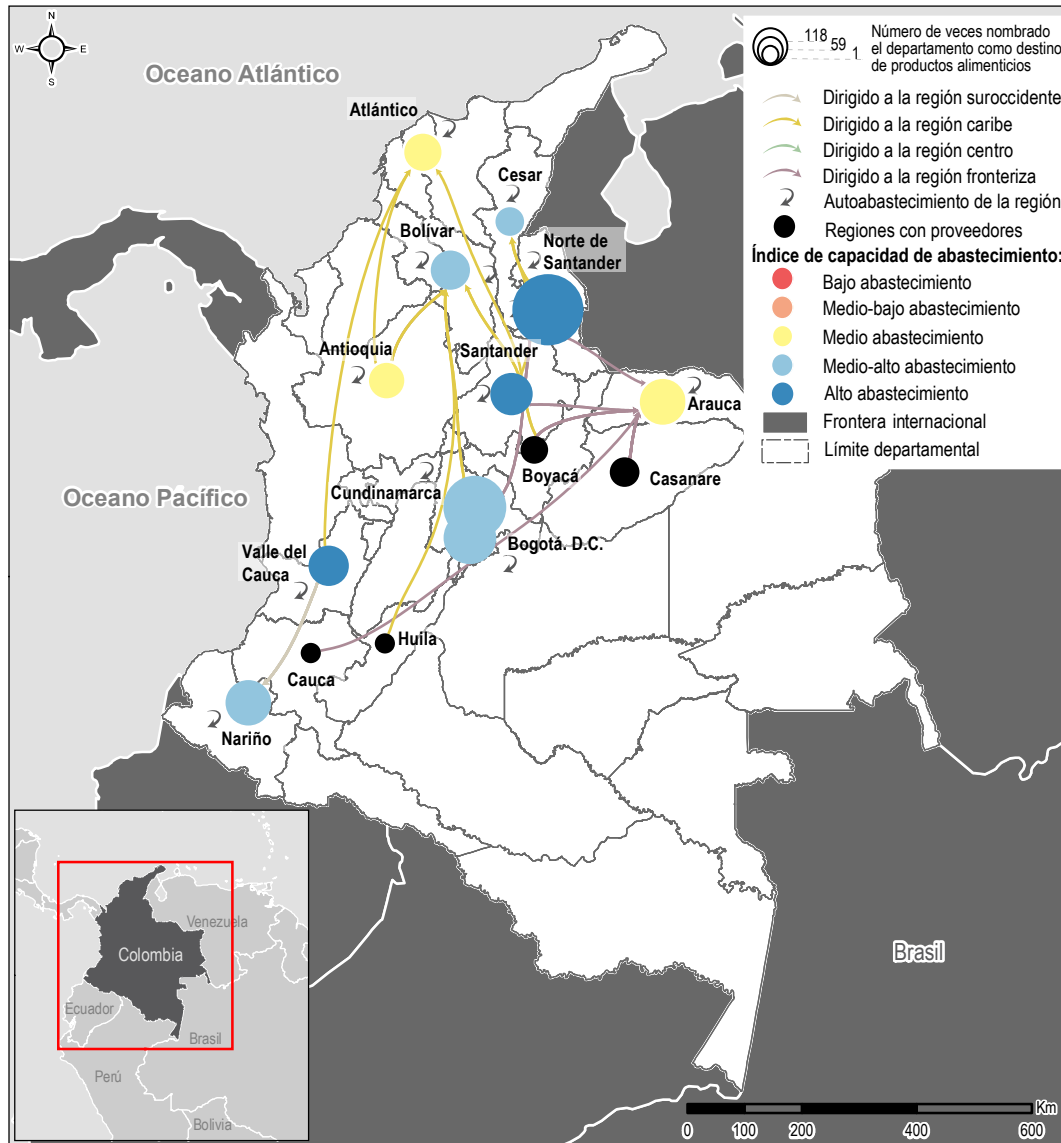
¹¹ Este promedio representa el promedio de las respuestas afirmativas a la pregunta: ¿Tiene la capacidad de reabastecer el inventario de este producto en este momento?, sobre el número de productos alimentarios o no alimentarios para el cual estaban reportando información.

¹² Estos porcentajes y promedio corresponden a la información dada por los 48 comerciantes que reportaron haber tenido dificultades en el mes previo o esperar dificultades en el mes siguiente a la recolección de datos.

¹³ El aumento o disminución reportados son con respecto a la ronda anterior de noviembre 2021.

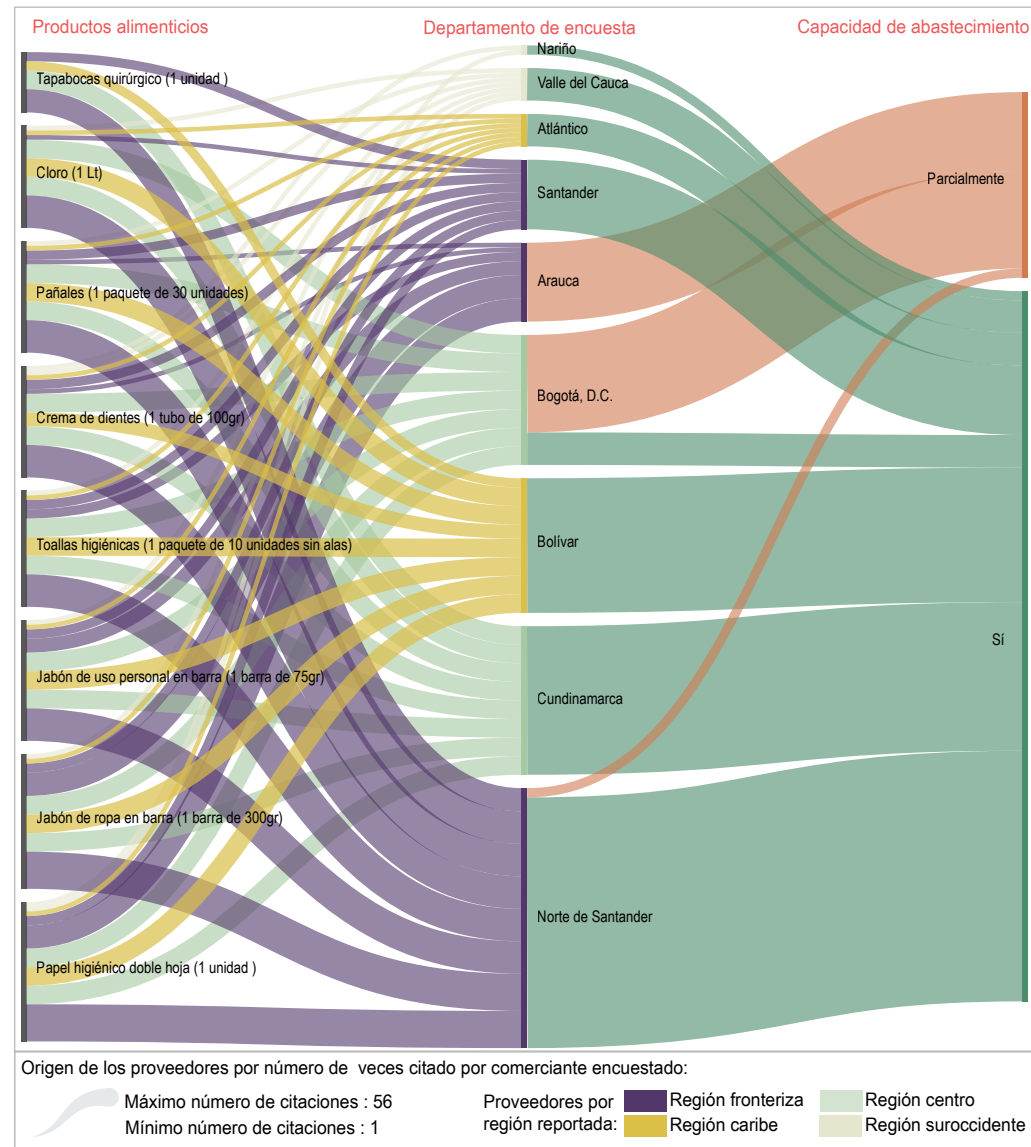
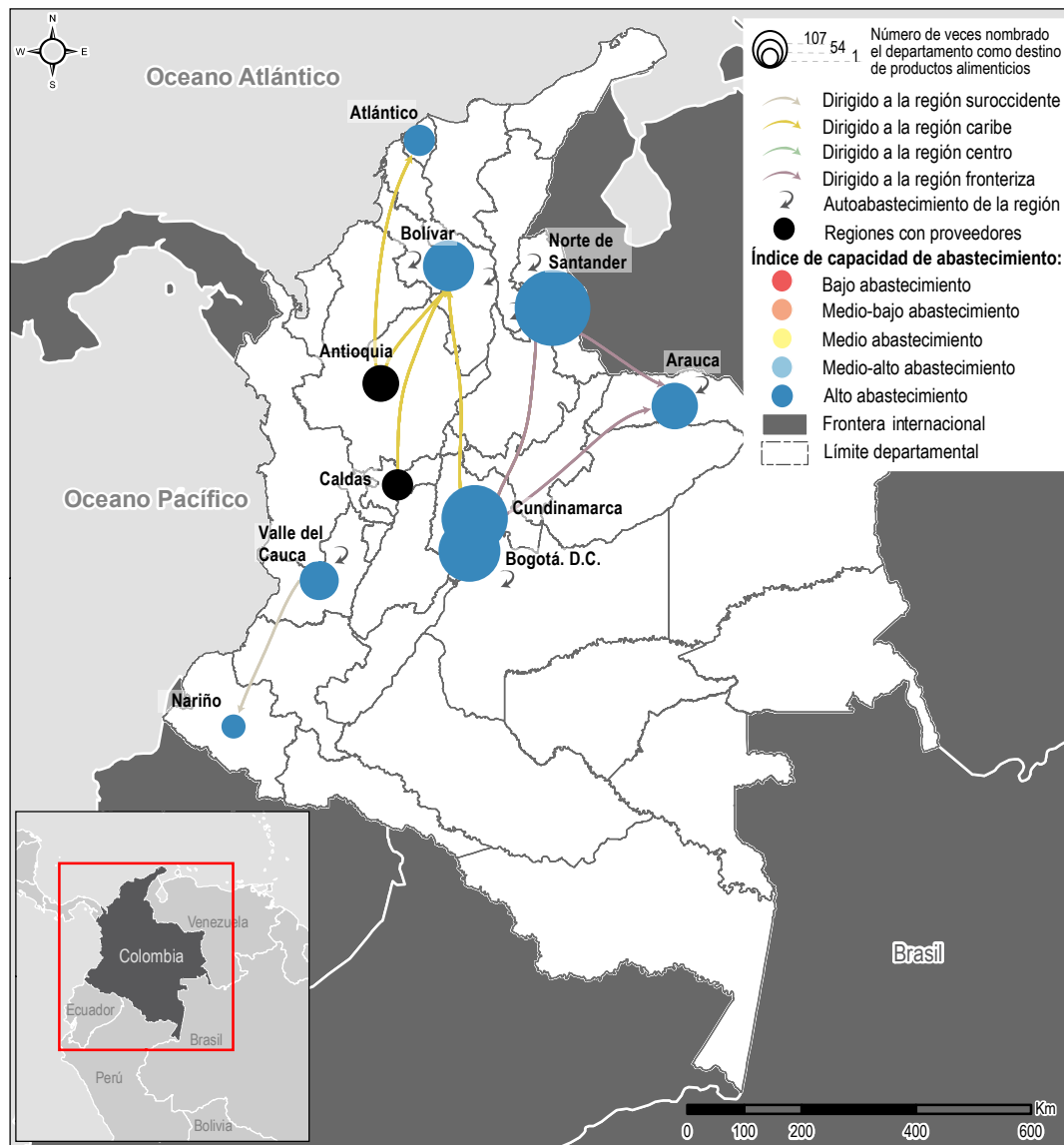
Resultados: rutas de suministro y capacidad de abastecimiento de productos alimentarios

¿Cómo leer este mapa y diagrama?: El mapa muestra los flujos desde el proveedor hasta su destino para la totalidad de los productos alimentarios. Es importante recordar que estos mapas reflejan las respuestas sobre la ubicación de los proveedores de los productos alimentarios y no alimentarios informadas por los comerciantes. Es decir, son representaciones indicativas de las rutas de suministro reportadas por los comerciantes y no deben leerse como un mapa de exportación e importación. Además, no se puede saber con qué profundidad de la ruta de suministro reportaron los comerciantes. Puede que algunos hayan reportado el origen de su proveedor directo y otros el del proveedor de su proveedor. Adicionalmente, el índice de capacidad de abastecimiento se definió entre bajo y alto, siendo bajo menor al 15% de los productos alimentarios en capacidad para abastecerse, medio-bajo entre el 16% y el 40%, medio de 41% a 60%, medio - alto de 61% a 85%, y alto de 86% a 100%.



Resultados: rutas de suministro y capacidad de abastecimiento de productos no alimentarios

¿Cómo leer este mapa y diagrama?: El mapa muestra los flujos desde el proveedor hasta su destino para la totalidad de los productos no alimentarios. Es importante recordar que estos mapas reflejan las respuestas sobre la ubicación de los proveedores de los productos alimentarios y no alimentarios informadas por los comerciantes. Es decir, son representaciones indicativas de las rutas de suministro reportadas por los comerciantes y no deben leerse como un mapa de exportación e importación. Además, no se puede saber con qué profundidad de la ruta de suministro reportaron los comerciantes. Puede que algunos hayan reportado el origen de su proveedor directo y otros el del proveedor de su proveedor. Adicionalmente, el índice de capacidad de abastecimiento se definió entre bajo y alto, siendo bajo menor al 15% de los productos no alimentarios en capacidad para abastecerse, medio-bajo entre el 16% y el 40%, medio de 41% a 60%, medio-alto de 61% a 85%, y alto de 86% a 100%.



Mediana de los precios para los productos alimentarios a nivel nacional, por departamento y por regiones:

Productos y unidades	Nacional Precio	Región centro			Región caribe			Región fronteriza			Región suroccidente	
		Antioquia	Bogotá	Cundinamarca	Atlántico	Bolívar	Cesar	Arauca	Norte de Santander	Santander	Nariño	Valle del Cauca
Arroz (1 kg)	\$ 3.600 20%	\$ 3.800 -14%	\$ 3.700 -	\$ 3.625 -	\$ 3.200 14%	\$ 3.883 72%	\$ 3.550 -	\$ 4.500 -	\$ 3.600 16%	\$ 2.100 -27%	\$ 3.000 -	N/A
Lentejas (1ibr)	\$ 3.500 17%	\$ 3.000 -	\$ 3.440 17%	\$ 4.050 -	N/A	\$ 3.000 87%	\$ 3.000 -	\$ 6.655 -16%	\$ 3.600 24%	N/A	\$ 3.00 -	N/A
Huevos rojos tipo AA (1 unidad)	\$ 500 0%	\$ 600 -	\$ 600 26%	\$ 500 -	\$ 600 20%	\$ 500 0%	\$ 550 -	\$ 450 -	\$ 558 12%	N/A	\$ 461 -	N/A
Pechuga de pollo (1ibr)	\$ 6.707 -4%	N/A ¹⁵	N/A-	\$ 6.500 -	N/A	\$ 8.000 10%	N/A	N/A	\$ 6.500 -50%	N/A	\$ 6.500 -	N/A
Frijoles bola roja (1ibr)	\$ 4.500 23%	\$ 6.500 -	\$ 3.800 -	\$ 4.900 -	N/A	\$ 4.800 -	N/A	\$ 6.180 ~	\$ 4.500 36%	N/A	N/A	N/A
Pastas tipo espagueti (1ibr)	\$ 3.200 18%	\$ 2.000 -	\$ 2.500 -19%	\$ 2.800 -	N/A	\$ 3.750 212%	\$ 2.550 -	\$ 3.400 -	\$ 3.500 59%	N/A	\$ 3.800 -	N/A
Harina de maíz (1kg)	\$ 3.600 12%	\$ 2.200 -	\$ 3.495 -	\$ 3.175 -	\$ 1.990 12%	\$ 4.000 -	N/A	\$ 4.400 -	\$ 3.250 -2%	N/A	\$ 3.000 -	N/A
Plátano (1 kg)	\$ 3.000 36%	N/A	N/A	\$ 3.550 -	\$ 700 -12%	N/A	\$ 2.100 -	N/A	\$ 4.000 66%	N/A	N/A	N/A
Papa pastusa (1ibr)	\$ 1.900 90%	N/A	N/A	\$ 1.800 -	N/A	N/A	N/A	\$ 5.100 -	\$ 1.800 56%	N/A	N/A	\$ 1.850 117%
Yuca (1ibr)	\$ 1.800 80%	N/A	N/A	\$ 2.000 -	N/A	N/A	N/A	N/A	\$ 1.600 28%	N/A	N/A	\$ 2.100 75%
Aceite (1 lt)	\$ 8.490 12%	N/A	N/A	\$ 6.500 -	\$ 8.700 12%	\$ 8.972 -	\$ 7.200 -	N/A	\$ 8.200 11%	N/A	\$ 10.000 -	N/A
Tomate chonto (1ibr)	\$ 1.500 20%	N/A	N/A	\$ 1.500 -	N/A	N/A	N/A	N/A	\$ 1.700 58%	N/A	N/A	N/A
Leche (1 lt)	\$ 2.950 13%	N/A	\$ 3.950 44%	\$ 3.200 -	N/A	\$ 2.950 -2%	\$ 2.200 -	\$ 3.910 ~	\$ 2.800 12%	N/A	\$ 2.500 -	N/A
Lomitos de atún en lata en aceite (1 kg)	\$ 4.500 -11%	N/A	\$ 5.457 13%	\$ 4.200 -	N/A	\$ 4.770 -30%	N/A	N/A	\$ 4.200 -19%	N/A	N/A	N/A

*Las variaciones que se presentan son con respecto a los precios que se obtuvieron en la última ronda del JMMI (noviembre 2021)

Proporción de los comerciantes de productos alimentarios que reportaron esperar un cambio en los precios en el mes siguiente a la recolección de los datos¹⁷:

Esperan que aumenten los precios	60%
Esperan que no cambien los precios	24%
Esperan que disminuyan los precios	10%
No sabe	6%



Así como en la ronda de noviembre 2021, el **huevo** es el producto alimenticio para el cual los comerciantes reportaron en mayor proporción esperar un aumento de precio en el mes siguiente a la recolección de datos.

^{14. (1)} No se reporta variación debido a la falta de información en la ronda previa (noviembre) para realizar el cálculo.

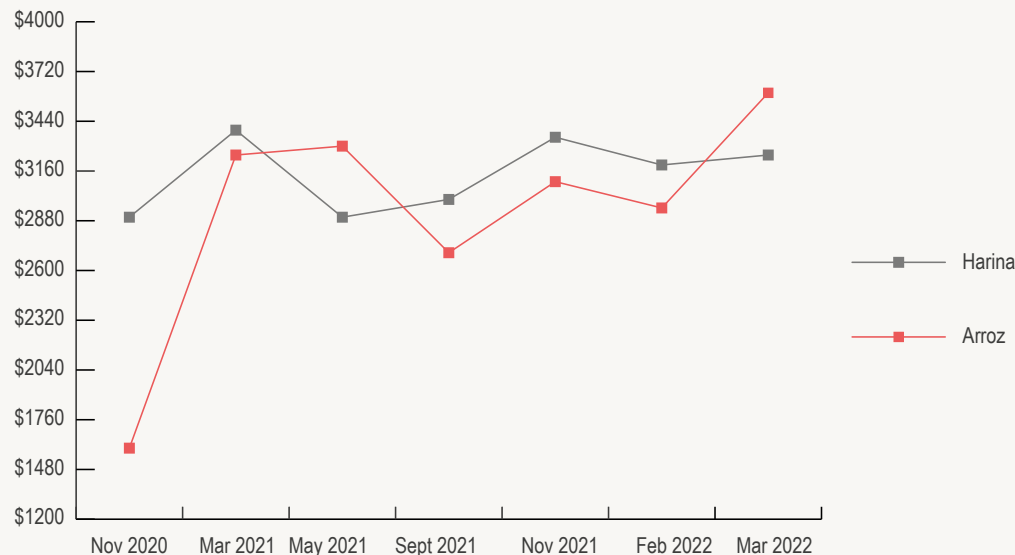
^{15.} En las columnas de las medianas de los precios reportados hay N/A (No aplica), pues no se incluye el precio para las regiones y departamentos donde no hay suficiente información sobre el producto evaluado, es decir, donde no se alcanzó el mínimo de precios (3 precios) para ese producto, y por tanto, no es suficientemente robusto para ser reportado.

^{16. (2)} Precios completados a partir de los datos del monitoreo realizado por el Programa Mundial de Alimentos (WFP).

^{17.} Proporción reportada con base en 89 comerciantes de productos alimentarios.

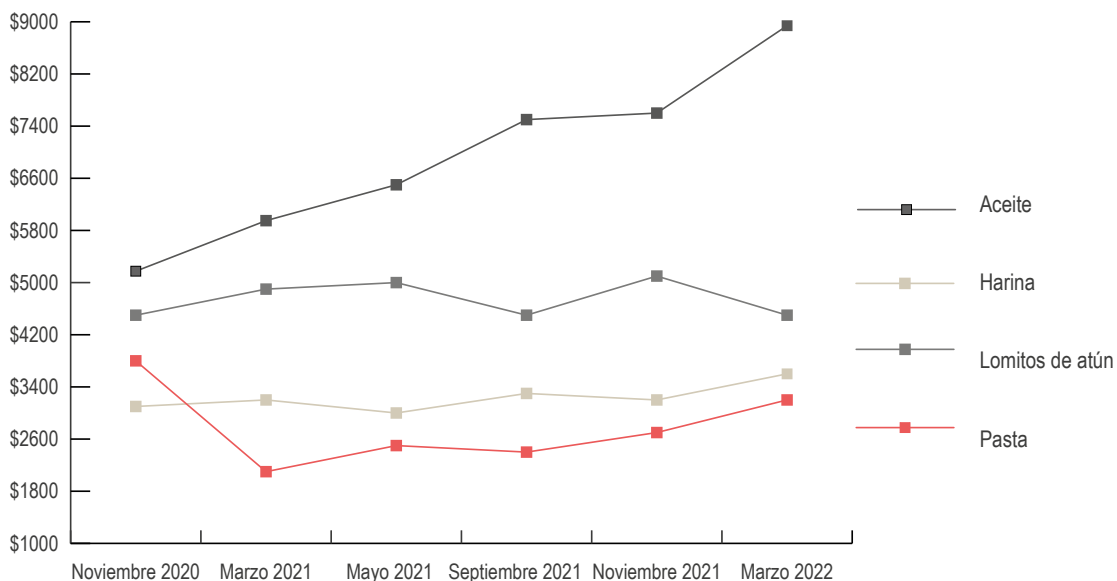
Cambios en la mediana de los precios para los productos alimentarios:

Precios Norte de Santander:

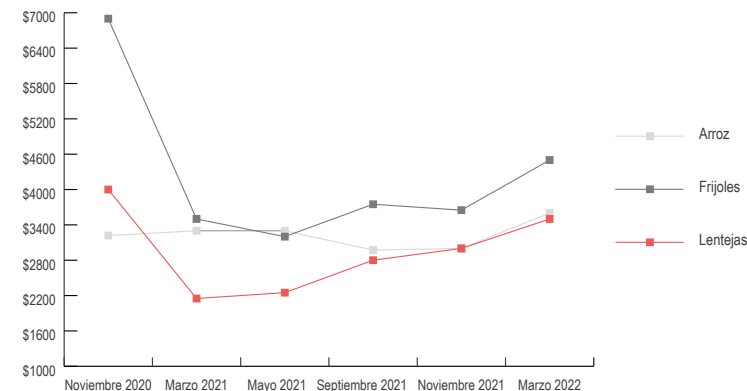


Particularmente, para Norte de Santander, con el apoyo de los datos suministrados desde el monitoreo llevado a cabo por el Programa Mundial de Alimentos (WFP), se reconstruyó la evolución de los precios para el grupo de cereales y derivados en este departamento.

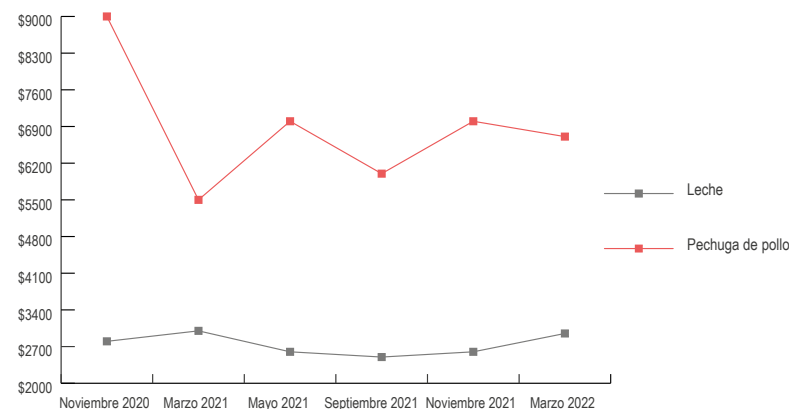
Precios de alimentos no perecederos a nivel nacional:



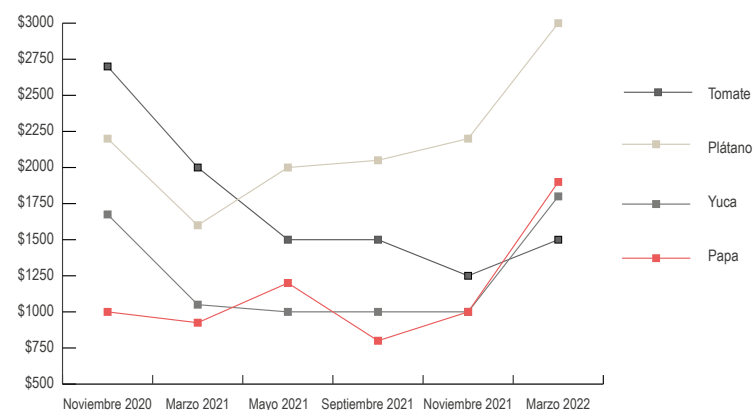
Precios de granos y cereales a nivel nacional:



Precios de productos de origen animal a nivel nacional:



Precios de verduras y tubérculos a nivel nacional:



Mediana de los precios para los productos no alimentarios a nivel nacional, por departamento y por regiones:

Productos y unidades	Nacional	Región centro			Región caribe			Región frontera		Región suroccidente
	Precio	Antioquia	Bogotá	Cundinamarca	Atlántico	Bolívar	Cesar	Arauca	Norte de Santander	Nariño
Papel higiénico doble hoja (1 unidad)	\$ 1.450 45%	\$ 2.300 -	\$ 1.900 -24%	\$ 1.900 -	\$3.250 116%	N/A	\$ 1.300 -	N/A	N/A	N/A
Toallas higiénicas (1 paquete de 10 unidades sin alas)	\$ 4.500 5%	N/A	\$4.500 11%	\$ 4.000 -	\$ 5.200 39%	N/A	\$ 3.950 -	N/A	N/A	N/A
Jabón de ropa en barra (1 barra de 300gr)	\$ 2.100 40%	\$ 3.000 -	\$2.100 31%	\$ 2.350 -	\$ 2.300 155%	N/A	\$ 1.575 -	N/A	N/A	N/A
Crema de dientes (1 tubo de 100gr)	\$ 3.500 21%	N/A	\$ 3.500 -	N/A	\$8.950 99%	N/A	\$ 3.900 -	N/A	N/A	\$ 3.200 -
Jabón de uso personal (1 barra)	\$ 1.925 -4%	\$ 2.300 -	\$ 1.900 -24%	\$ 1.900 -	\$ 3.250 116%	N/A	\$ 1.300 -	N/A	N/A	N/A
Pañales (1 paquete 30 unidades)	\$ 24.750 -8%	N/A	\$ 28.395 -	\$ 26.400 -	\$21.995 -27%	N/A	\$ 16.800 -	N/A	N/A	N/A
Cloro (1 lt)	\$ 2.250 12%	N/A	\$ 2.300 -	N/A	\$ 2.999 50%	\$1.400 -60%	\$ 2.500 -	\$ 3.050	N/A	N/A
Tapabocas quirúrgicos (1 unidad)	\$ 500 0%	N/A	N/A	\$ 500 -	N/A	N/A	\$ 500	N/A	\$ 500 0%	N/A

*Las variaciones que se presentan son con respecto a los precios que se obtuvieron en la última ronda del JMMI (noviembre 2021)

Proporción de los comerciantes de productos no alimentarios que reportaron esperar un cambio en los precios en el mes siguiente a la recolección de los datos¹⁹:

Esperan que aumenten los precios **69%**
 Esperan que no cambien los precios **25%**
 Espera que disminuyan los precios **3%**
 No sabe **3%**



La mayor proporción de comerciantes que reportaron esperar un aumento en los precios de productos no alimentarios se ubicaban en Norte de Santander (60%).

Razones reportadas por 54 comerciantes de productos alimentarios y no alimentarios que consideraron que los precios iban a aumentar en el mes siguiente a la recolección de los datos²⁰:

Por el aumento de la inflación, todos los precios han subido. **81%**
 Alto costo del combustible. **20%**
 El transporte será muy costoso. **18%**
 Hay escasez en el inventario de estos productos **15%**
 Algunos artículos estarán escasos, pues estarán fuera de temporada **15%**

¹⁷. En las columnas de las medianas de los precios reportados hay N/A (No aplica), pues no se incluye el precio para las regiones y departamentos donde no hay suficiente información sobre todos los productos evaluados, es decir, donde no se alcanzó el mínimo de precios (3 precios) para ese producto, y por tanto, no es suficientemente robusto para ser reportado.

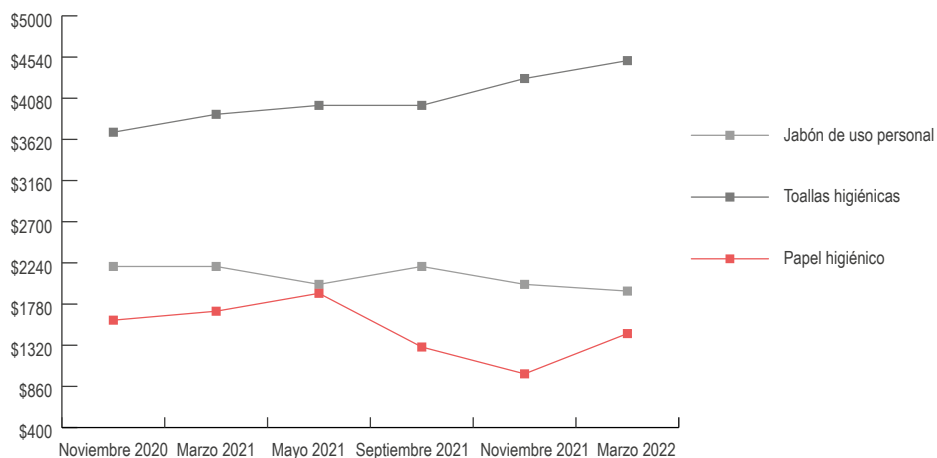
¹⁸. No se reporta variación (-) debido a la falta de información en la ronda previa para realizar el cálculo.

¹⁹. De los 36 comerciantes que reportaron comercializar productos no alimentarios.

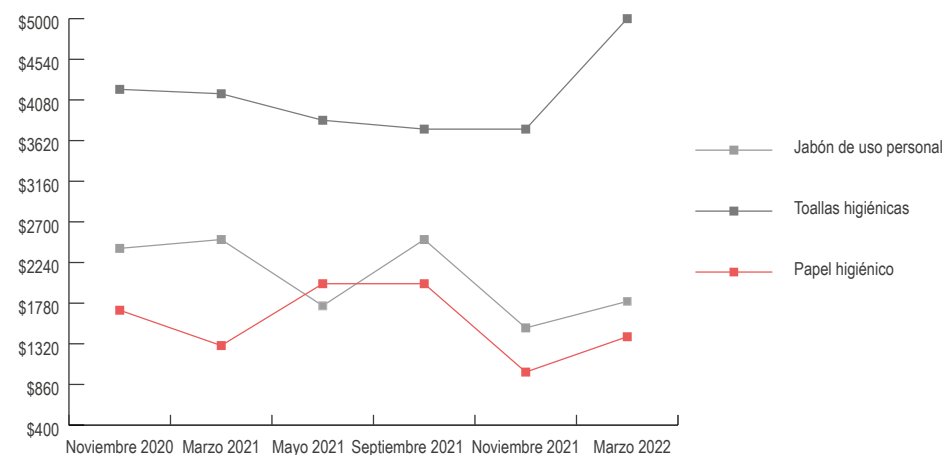
²⁰. Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Cambios en la mediana de los precios para los productos no alimentarios a nivel nacional y regional:

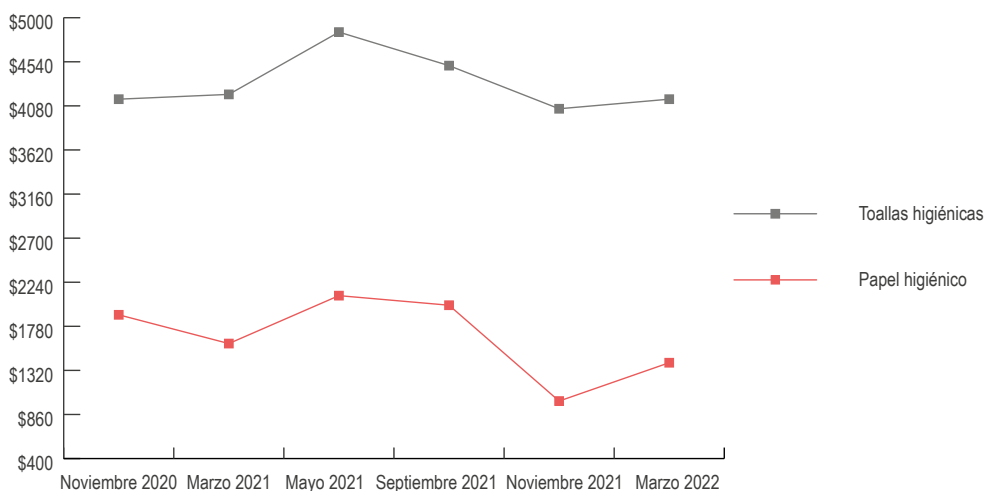
Precios de productos no alimentarios a nivel nacional²¹⁻²²:



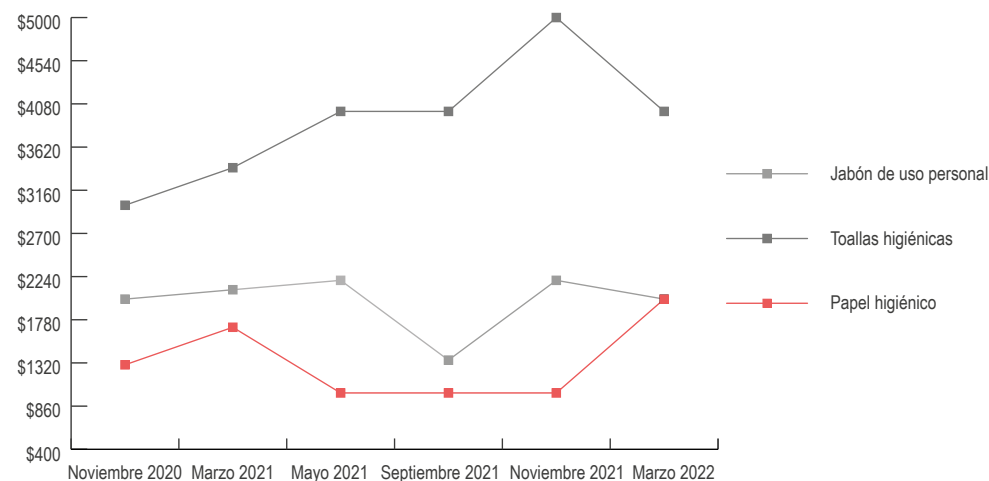
Precios de productos no alimentarios en la región caribe:



Precios de productos no alimentarios en la región centro²³:



Precios de productos no alimentarios en la región frontera:



²¹ Para la región suroccidente no fue posible recolectar datos en la ronda de noviembre 2021 y marzo 2022 para los productos no alimentarios seleccionados.

²² Los productos a representar se seleccionaron por disponibilidad y continuidad en las regiones a lo largo de las distintas rondas de recolección.

²³ Para la región centro no fue posible recoger datos para el jabón de uso personal por lo que no fue incluido en las gráficas.

Hallazgos principales:

Cifras claves

252 hogares encuestados

9 departamentos evaluados

- El tipo de alojamiento en el que reportaron la mayoría de los encuestados haberse quedado es casa o apartamento (65%)
- La gran mayoría de los hogares encuestados reportó que la titularidad que tienen sobre el alojamiento es a través de un arriendo o subarriendo (casa o apartamento: 82%).
- El 53% de los encuestados reportó haber afrontado alguna barrera al momento de encontrar hospedaje, siendo el alto costo de los alojamientos la dificultad más mencionada (21%).
- La región centro (Antioquia y Bogotá) fue la zona donde el costo del tipo de alojamiento casa o apartamento fue el más alto para los estratos uno y dos (\$350.000 y \$450.000, respectivamente), según los hogares encuestados.
- Un acuerdo verbal fue el principal tipo de acuerdo para acceder al alojamiento que reportaron los hogares encuestados tener (casa o apartamento: 63%). De estos hogares, la mayor proporción reportó que este tipo de acuerdo no tiene ninguna implicación (casa o apartamento: 35%). Sin embargo, para los hogares que sí reportaron alguna implicación, estos debían pagar por adelantado (30%). Como consecuencia principal del incumplimiento de las implicaciones, los hogares informaron que el arrendador los desalojaría de la vivienda (casa o apartamento: 86%).
- En cuanto al riesgo de desalojo, la mayoría de los hogares no se consideró en riesgo (casa o apartamento: 66%), pero quienes sí lo hicieron (casa o apartamento: 15%), reportaron en mayor proporción percibir este riesgo debido a que no contaban con la capacidad de pago (casa o apartamento: 83%)

²³ Se definen como aquellos encuestados que reportaron nacionalidad venezolana, encontrarse en Colombia desde antes de marzo de 2021, sin intención de cambiar de país en los próximos meses.

²⁴ Se definen como aquellos encuestados que reportaron tener nacionalidad venezolana y haber llegado a Colombia después de marzo de 2021.

²⁵ Se definen como aquellos encuestados que reportaron tener nacionalidad colombiana y encontrarse en Colombia antes de marzo de 2021.

²⁶ Se definen como aquellos encuestados que reportaron tener nacionalidad colombiana y haber llegado a Colombia, desde Venezuela, después de marzo de 2021.

²⁷ Estos porcentajes corresponden a los 163 encuestados que respondieron afirmativamente la pregunta: ¿Ha enfrentado alguna barrera u obstáculo al encontrar o acceder a alojamiento?

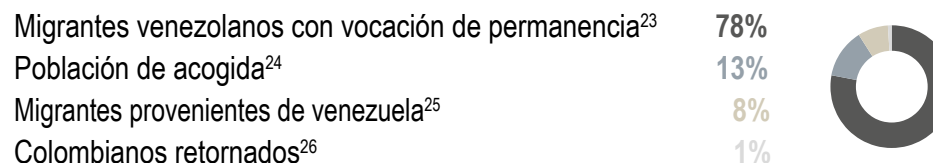
²⁸ Se informan aquí las tres principales respuestas brindadas por los encuestados. Los encuestados podían elegir múltiples opciones por lo que los porcentajes no suman 100%.

Caracterización de los encuestados:

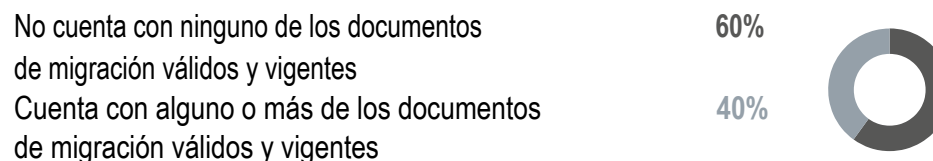
Sexo de los encuestados:



Estatus migratorio de los encuestados:



Posesión de documentos migratorios que reportaron los encuestados:



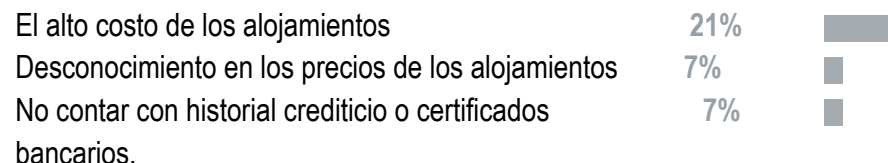
Proporción de los encuestados que reportó ser beneficiario(a) de asistencia en efectivo, bonos, bienes o servicios:



Proporción de los 185 encuestados que reportó utilizar la asistencia recibida en temas de alojamiento:



Principales barreras de acceso al mercado de la renta reportadas por los encuestados²⁷⁻²⁸:

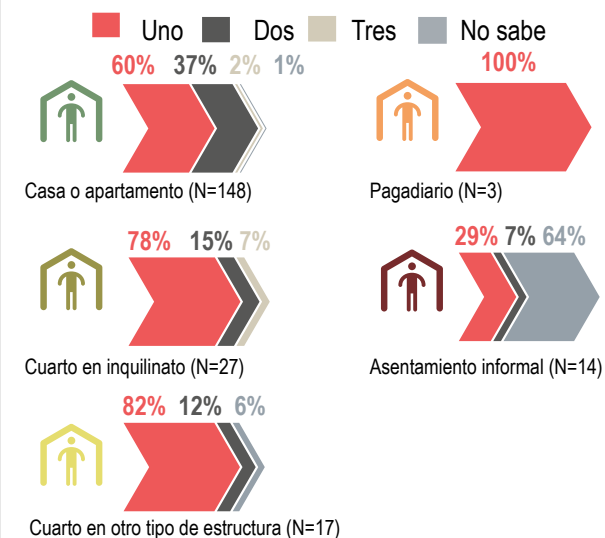


Resultados: características de los tipos de alojamiento

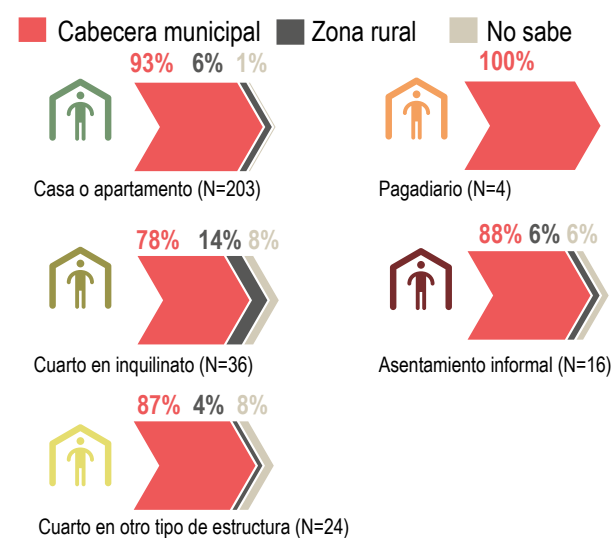
Tipo de alojamiento en el que los encuestados reportaron haberse quedado en los siete días previos a la recolección de los datos²⁹:



Estrato³⁰ al que pertenece el alojamiento reportado por los hogares encuestados³¹:

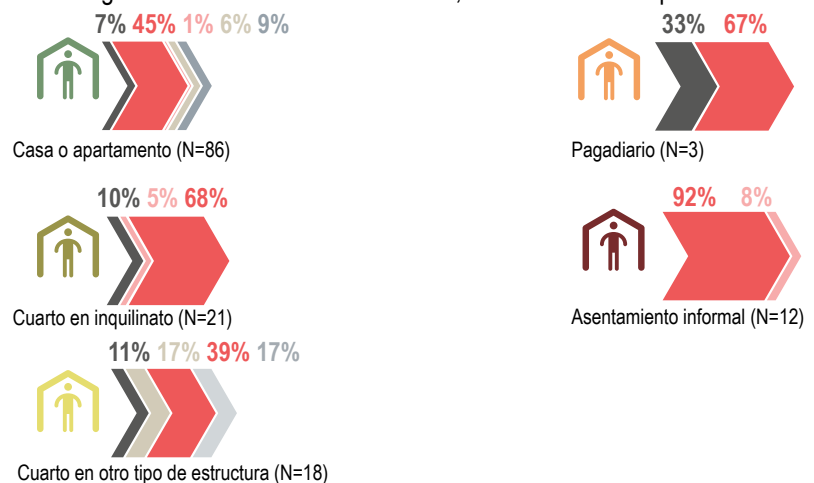


Ubicación en el municipio del alojamiento reportada por los hogares encuestados³²:

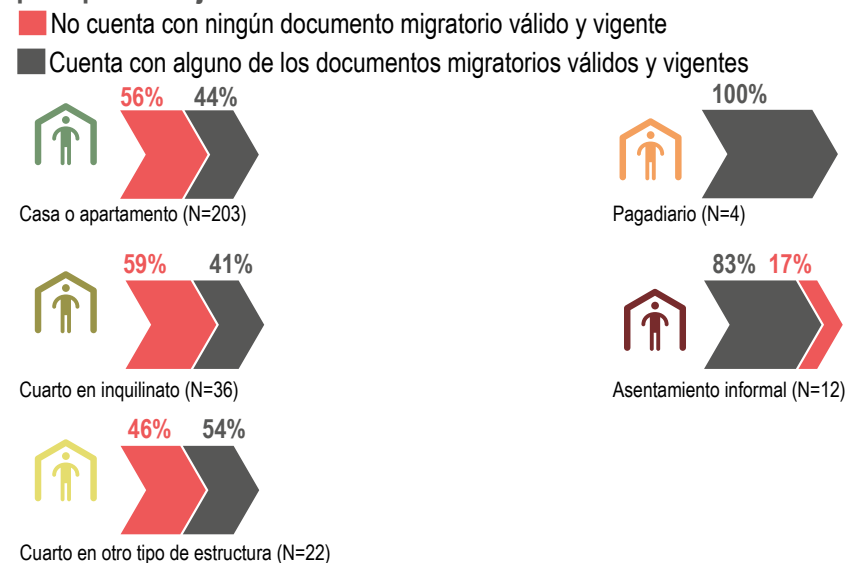


Barreras de acceso al mercado de la renta por tipo de alojamiento³³⁻³⁴:

■ El alto costo de los alojamientos ■ No tener conocimiento de los precios de los alojamientos
■ Le exigen contar con documentos migratorios ■ Le exigen soportes de trabajo o ingresos
■ Le exigen contar con un deudor solidario, fiador o referencia personal



Poseción de documentos migratorios de los encuestados por tipo de alojamiento³⁵:



^{29, 32, y 33} La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a que no se incluyen los tipos de alojamiento, Habitación de hotel, (1% y n=3) ocupación de bienes o espacios públicos (2% y n=5) u otros (5% y n=15).

³⁰ La estratificación socioeconómica es una clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial por estratos los servicios públicos domiciliarios permitiendo asignar subsidios y cobrar contribuciones en esta área. La denominación de los estratos es la siguiente: 1. Bajo - bajo 2. Bajo 3. Medio-bajo 4. Medio 5. Medio-alto 6. Alto (DANE, 2020).

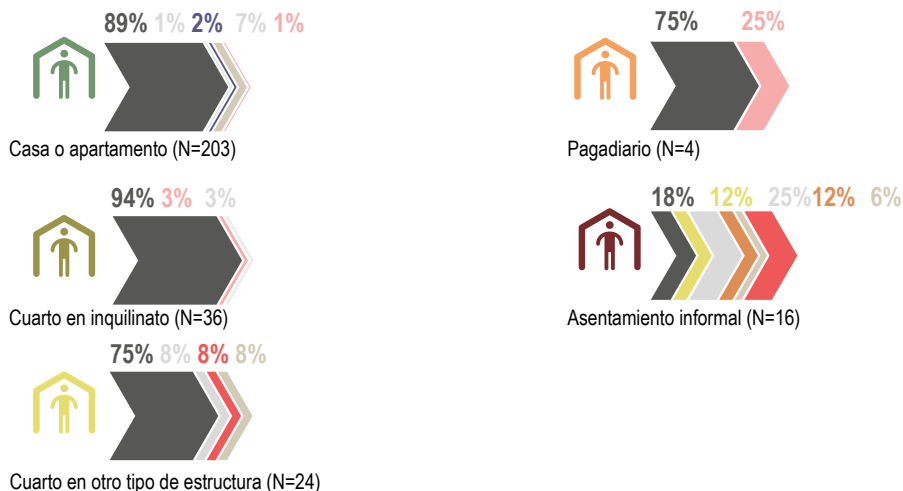
^{31, y 35} La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos hogares que reportaron cualquier tipo de titularidad diferente a que la vivienda fuese propia. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información.

³⁴ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Resultados: tipo de acuerdo e implicaciones de un contrato verbal

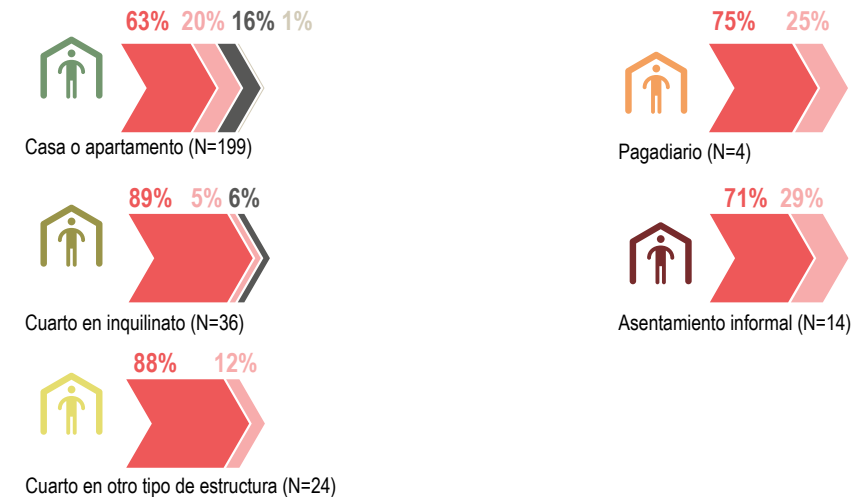
Tipo de titularidad sobre el alojamiento reportado por los hogares encuestados³⁶:

■ Arriendo o subarriendo ■ Posesión sin título ■ Hospedaje temporal ■ La casa de alguien más
■ Propia, la está pagando ■ Propia, totalmente pagada ■ En usufructo ■ No sabe ■ Otro



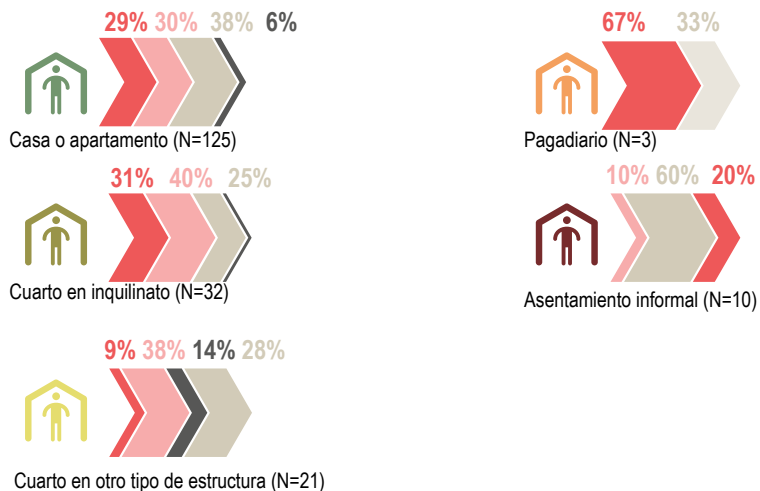
Tipo de acuerdo o contrato reportado por tipo de alojamiento³⁷:

■ Acuerdo verbal ■ No existe acuerdo de ninguna naturaleza ■ Contrato legal
■ No sabe ■ Se rehúsa a contestar ■ Otro



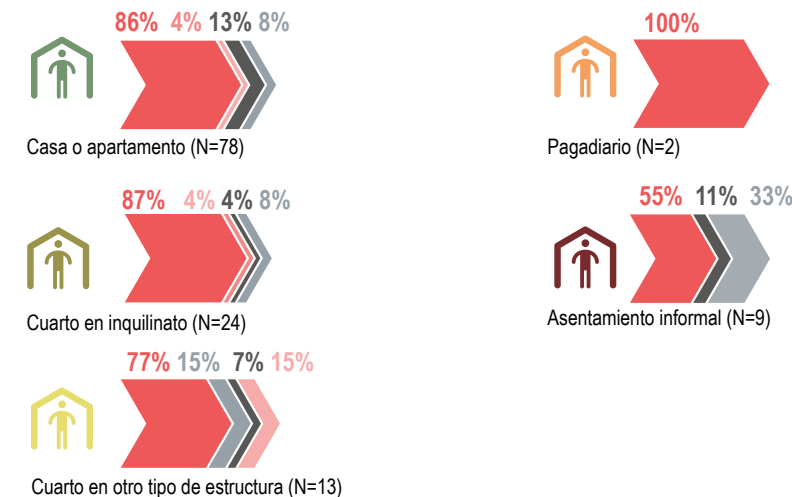
Cuatro principales implicaciones de un acuerdo verbal por tipo de alojamiento según lo reportado por los hogares encuestados³⁸:

■ Se solicita un depósito ■ Debe pagar por adelantado ■ Ninguna implicación
■ Se hace cargo del mantenimiento de la vivienda



Consecuencias del incumplimiento de estas obligaciones o acciones del acuerdo verbal según lo reportado por los hogares³⁹:

■ El arrendador los desaloja de la vivienda ■ Se pone en riesgo la integridad física de la familia
■ El arrendador se queda con el depósito ■ Ninguna consecuencia



³⁶ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a que no se incluyen los tipos de alojamiento, habitación de hotel, (1% y n=3) ocupación de bienes o espacios públicos (2% y n=5) u otros (5% y n=15).

³⁷ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos hogares que reportaron cualquier tipo de titularidad diferente a que la vivienda fuese propia. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información.

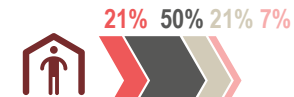
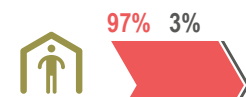
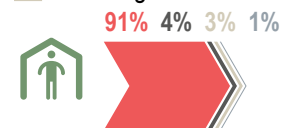
³⁸ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos encuestados que respondieron contra un acuerdo verbal para rentar el alojamiento. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información. Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

³⁹ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos encuestados que seleccionaron alguna o algunas de las implicaciones posibles en la pregunta sobre implicaciones del acuerdo verbal. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información. Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Resultados: características sobre medios, frecuencia y cambios del pago de los tipos de alojamiento

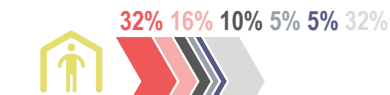
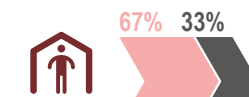
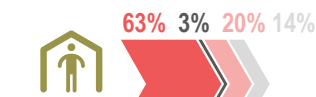
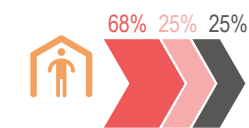
Medios de pagos empleados para el pago del alojamiento según lo reportado por los hogares encuestados:

■ Pago en dinero en efectivo
 ■ A cambio de cuidar la vivienda
 ■ No entrega nada a cambio
 ■ A cambio de trabajo
 ■ Otro



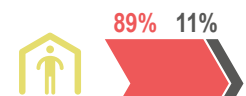
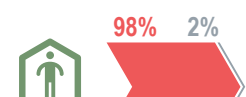
Tiempo reportado de estadía en el alojamiento por tipo de alojamiento:

■ Más de un mes y menos de un año
 ■ Más de un año
 ■ Un año
 ■ Un mes
 ■ Una semana
 ■ Dos semanas
 ■ Menos de una semana



Frecuencia con la que los hogares encuestados reportaron realizar el pago del alojamiento según el tipo de alojamiento⁴⁰:

■ Cada mes
 ■ Diariamente
 ■ Semanalmente
 ■ Cada 15 días
 ■ Otro



Proporción de los hogares encuestados que reportaron haber percibido un cambio en el precio del alojamiento en el mes previo a la recolección de datos⁴¹:

■ No, no hubo cambio
 ■ Sí, aumentó
 ■ Sí, disminuyó
 ■ No sabe

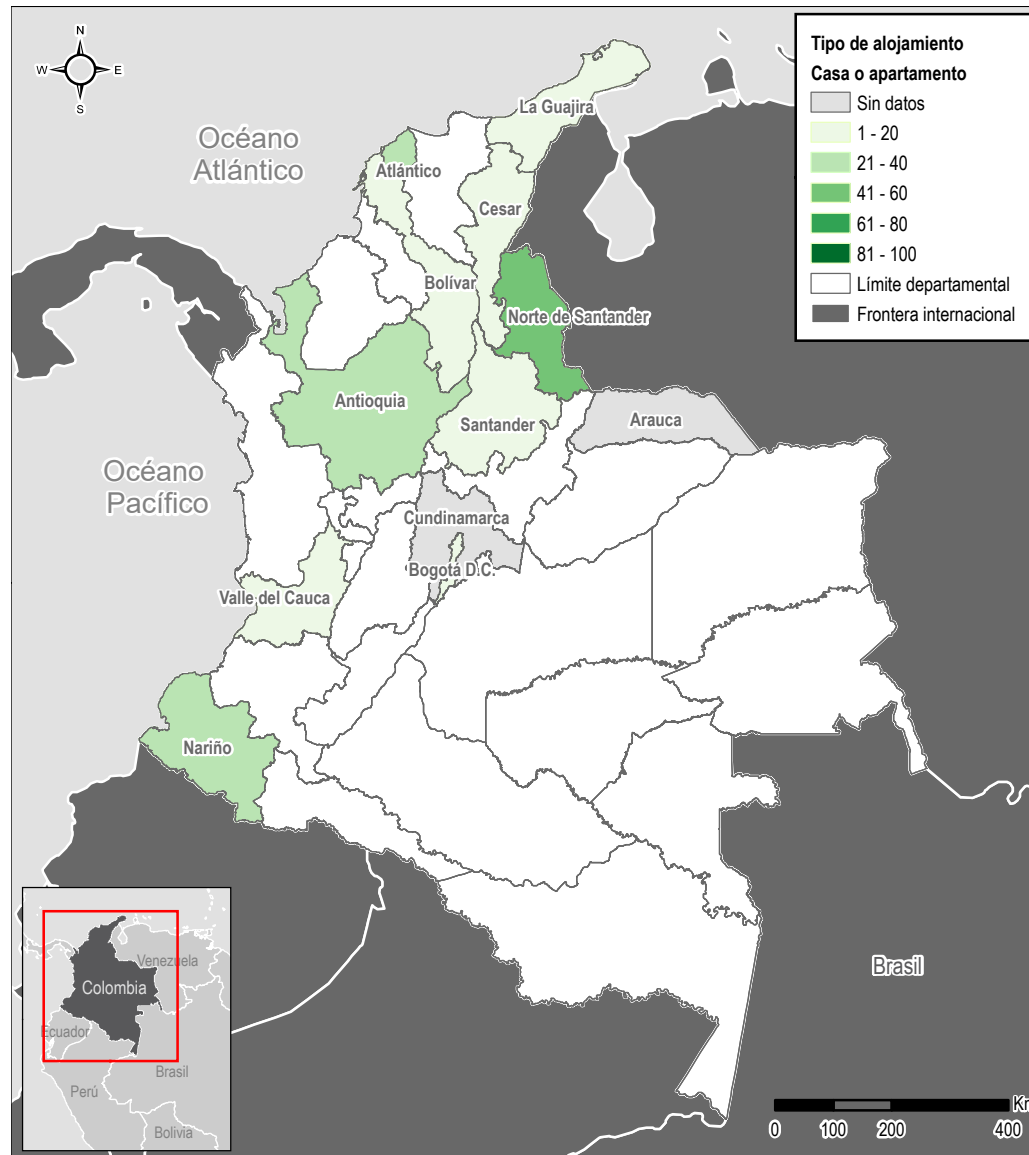


⁴⁰ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos encuestados que respondieron pagar en dinero en efectivo el pago del alojamiento. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información.

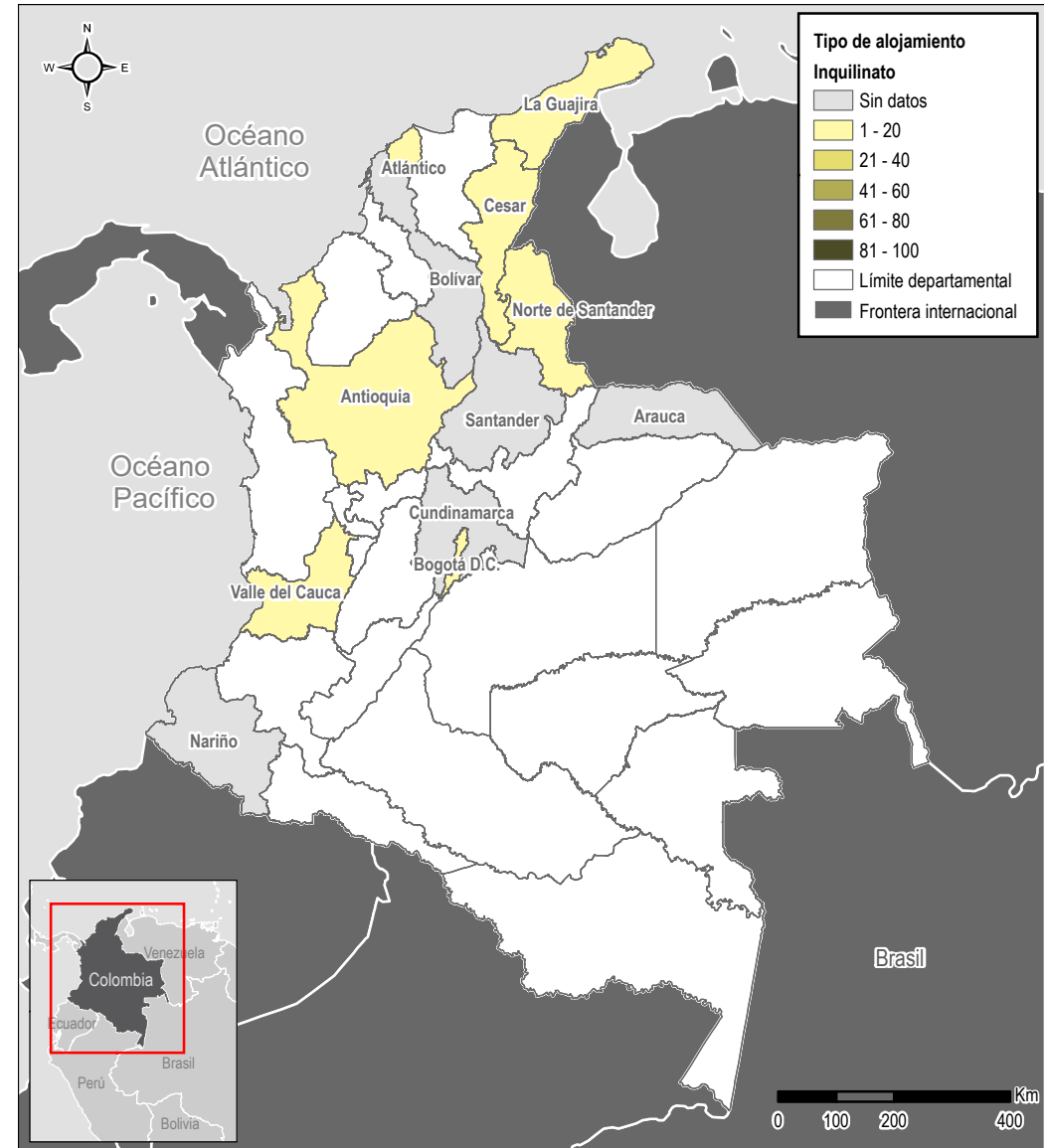
⁴¹ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos encuestados que respondieron que se encontraban en el mismo alojamiento en el mes pasado a la recolección de datos. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información.

Resultados: distribución en el territorio de los dos tipos de alojamiento mayormente reportados

Proporción con la que los hogares encuestados reportaron haber pasado en los siete días anteriores a la recolección en el tipo de alojamiento casa o apartamento, por departamento:



Proporción con la que los hogares encuestados reportaron haber pasado en los siete días anteriores a la recolección en el tipo de alojamiento cuarto en inquilinato, por departamento:



Resultados: precios de los tipos de alojamiento por estrato y distribución de precios por departamento

Mediana del costo del alojamiento mensual por tipo de alojamiento, estrato y distribución de precios por región:

	Estrato	Nacional	Región centro	Región caribe	Región frontera	Región suroccidente
Casa o apartamento	Estrato 1	\$ 350.000 17%*	\$ 350.000 40%	\$ 350.000 40%	\$ 250.000 -17%	\$ 325.000 -7%
	Estrato 2	\$ 400.000 0%	\$ 450.000 60%	\$ 425.000 60%	\$ 325.000 -19%	\$ 250.000 -44%
	Estrato 3	\$ 400.000 7%	\$ 650.000 73%	N/A	\$ 400.000 60%	\$ 350.000 -27%
	Sin estrato**	\$ 350.000 17%	\$ 400.000 29%	\$ 350.000 17%	\$ 290.000 -3%	\$ 300.000 -25%
Cuarto en inquilinato	Estrato 1	\$ 250.000 2%	N/A	\$ 250.000 0%	\$ 240.000 9%	N/A
	Estrato 2	\$ 225.000 -18%	\$ 350.000 35%	N/A	\$ 165.000 -34%	N/A
	Estrato 3	\$ 500.000 11%	\$ 500.000 11%	N/A	N/A	N/A
	Sin estrato**	\$ 250.000 -16%	\$ 375.000 20%	\$ 200.000 -33%	\$ 220.000 -12%	N/A
Cuarto en otro tipo de estructura	Estrato 1	\$ 250.000 25%	N/A ⁴³	\$ 225.000 -25%	\$ 170.000 13%	\$ 250.000 -28%
	Estrato 2	\$ 350.000 75%	N/A	N/A	N/A	N/A
	Sin estrato**	\$ 250.000 11%	N/A	\$ 225.000 -10%	\$ 170.000 13%	\$250.000 -28%
Pagadario	_ ⁴⁴	\$ 450.000 7%	N/A	N/A	\$ 150.000 _ ⁴²	N/A
Asentamiento	_ ⁴⁵	\$ 150.000 -32%	N/A	N/A	\$ 175.000 -12%	N/A

*Las variaciones que se presentan son con respecto a los precios que se obtuvieron en la última ronda del JMMI (noviembre 2021).

** Se presenta el resultado a nivel nacional y regional sin diferenciar por estratos.

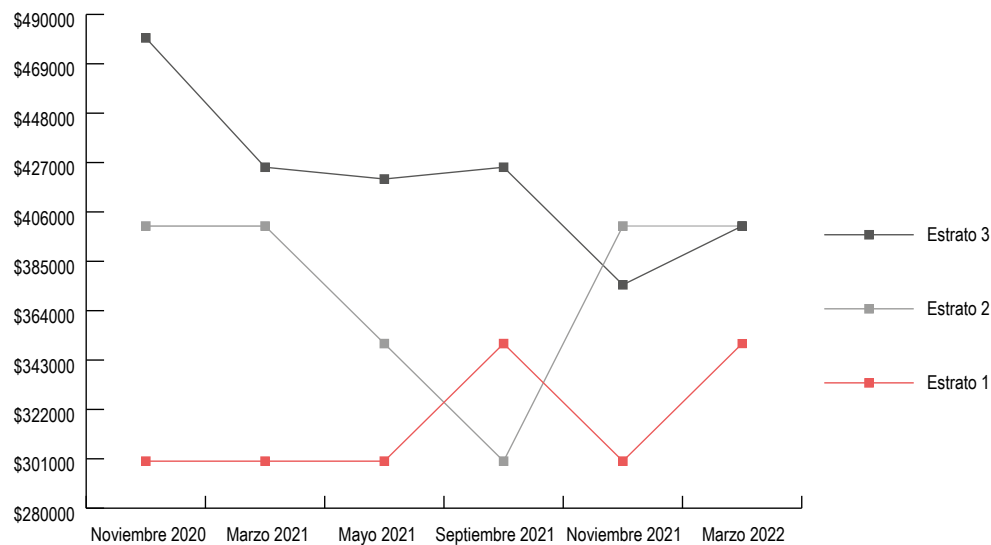
⁴² No se reporta variación (-) debido a la falta de información en la ronda previa para realizar el cálculo.

⁴³ En las columnas de las medianas de los precios reportados hay N/A (No aplica), pues no se incluye el precio para las regiones donde no hay suficiente información de todos los alojamientos evaluados, es decir, donde no se alcanzó el mínimo de 3 precios para ese alojamiento, y por tanto, no es suficientemente robusto para ser reportado.

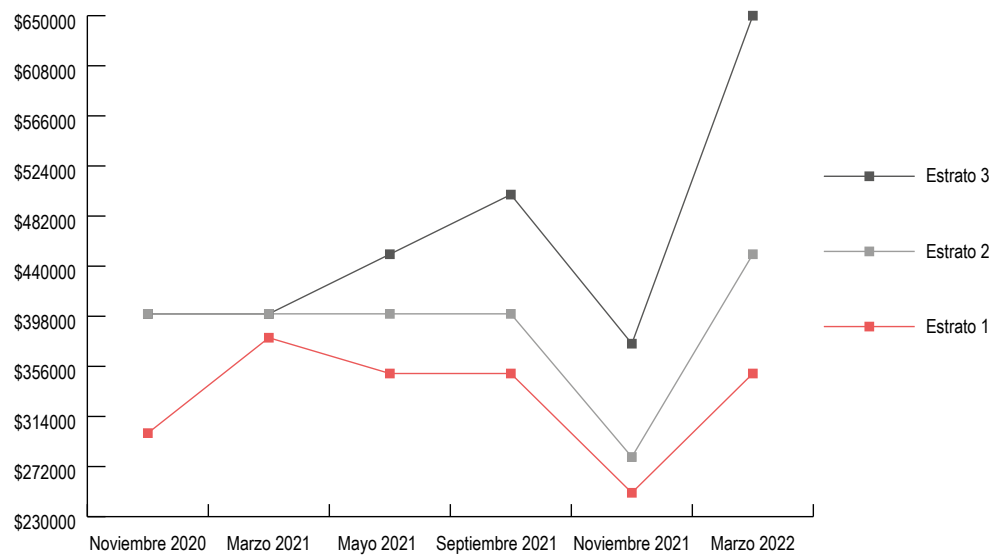
⁴⁴ y ⁴⁵ El guión indica que no se reporta por estrato los precios de este tipo de alojamiento debido a que no hay suficiente información. Ya sea porque los encuestados no conocían el estrato al que pertenecía el alojamiento, o porque el número de encuestas por estrato no supera el mínimo de tres precios, que se considera robusto para ser informado.

Cambios en la mediana de los precios para casa o apartamento a nivel nacional y por regiones:

Precios a nivel nacional:



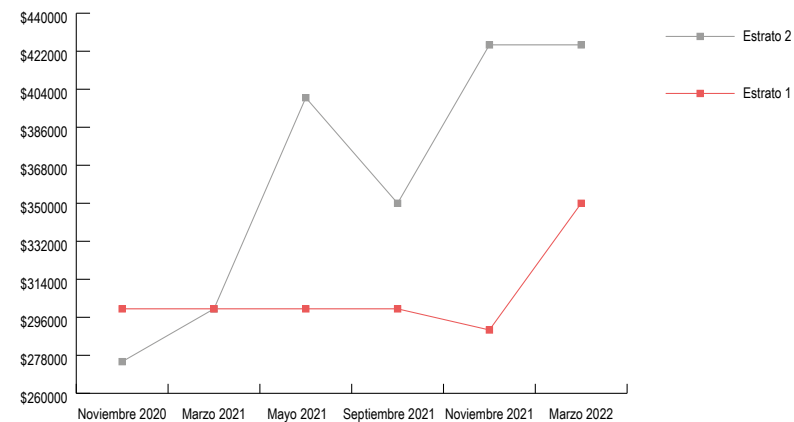
Precio en la región centro:



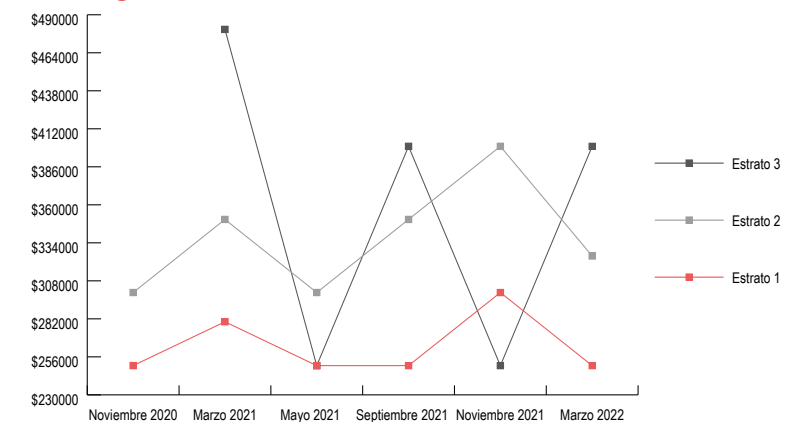
^{46 y 48} Para la región Caribe y Suroccidente no fue posible recolectar los precios para mayo 2021 y noviembre 2021 en el estrato 3, por lo cual, se reportan los datos hallados para estrato 1 y 2.

⁴⁷ En la región frontera se reporta los precios de estrato 3 desde la ronda de marzo 2021, ya que, para noviembre 2020 no fue posible alcanzar la meta de recolección para este estrato.

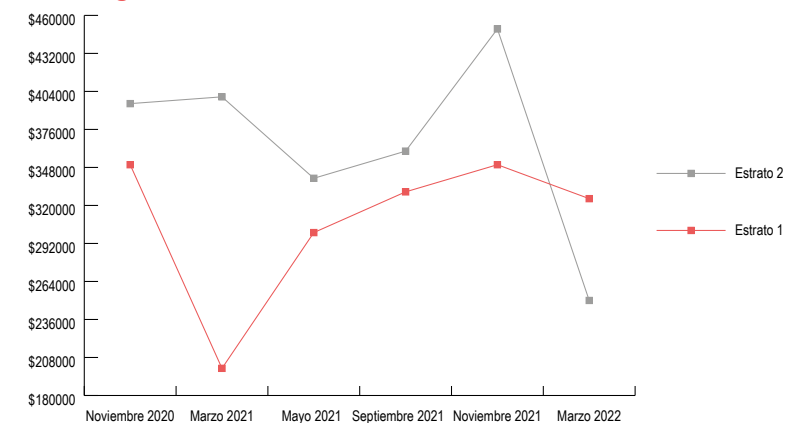
Precio en la región caribe⁴⁶:



Precio en la región frontera⁴⁷:

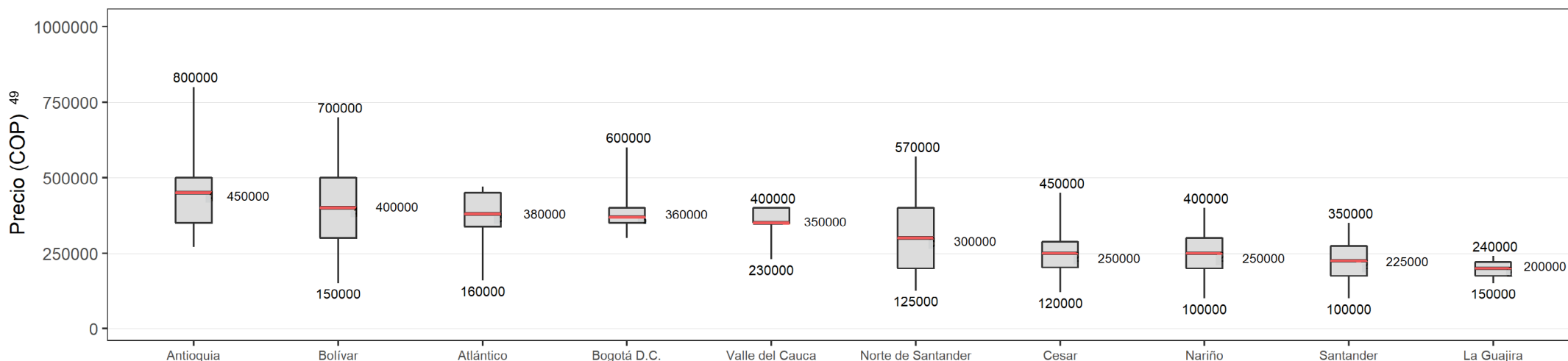


Precio en la región suroccidente⁴⁸:



Resultados: distribución de precios del arriendo por departamento y caracterización de los tipos de alojamiento

Disitribución del costo del alojamiento mensual por tipo de alojamiento (casa o apartamento) y departamento:



Caraterización de las facilidades por cada tipo de alojamiento:

Características	Casa o apartamento	Cuarto en inquilinato	Cuarto en otro tipo de estructura	Pagadario	Asentamiento informal
Área ⁵⁰	35m ²	18m ²	9.5m ²	N/A	N/A
N° de personas del hogar que se alojaron ⁵¹	4	4	4	N/A	N/A
N° de personas que no pertenecen al hogar que se alojaron ⁵²	0	0	0	N/A	N/A
N° de cuartos en los que duermen las personas del hogar ⁵³	2	1	1	N/A	N/A
Hogar en situación de hacinamiento ⁵⁴	Mitigable	Mitigable	Mitigable	N/A	N/A
Servicio de agua ⁵⁵	97%	100%	95%	100%	43%
Servicio de gas ⁵⁶	72%	53%	75%	50%	36%
Servicio de luz ⁵⁷	100%	97%	100%	100%	100%
Servicio de conectividad ⁵⁸	10%	17%	17%	0%	0%
Precio del alojamiento ⁵⁹	\$ 350.000	\$ 250.000	\$ 240.000	\$ 450.000	\$ 150.000

⁴⁹ Pesos colombianos (COP)

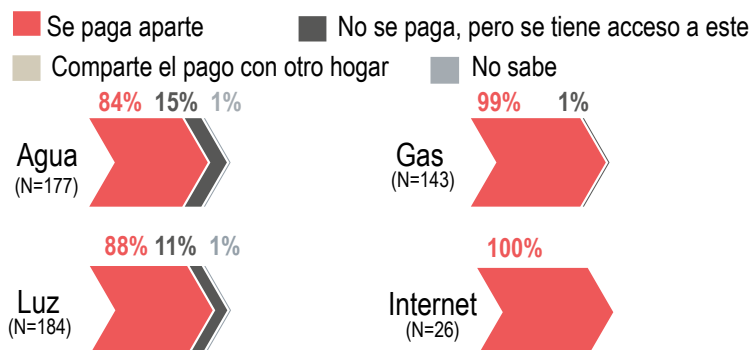
⁵⁰, ⁵¹, ⁵², ⁵³, y ⁵⁹. Los valores aquí reportados corresponden a las medianas de los datos reportados por alojamiento. No diferenciado por estrato.

⁵⁴ En las cabeceras municipales y en los centros poblados se consideran en hacinamiento mitigable los hogares con más de dos y hasta cuatro personas por cuarto para dormir. Con hacinamiento no mitigable se considera los hogares con más de cuatro personas por cuarto para dormir ([DANE, 2021](#)).

⁵⁵, ⁵⁶, ⁵⁷, y ⁵⁸. Estos porcentajes corresponden a la proporción de hogares encuestados que reportaron afirmativamente que el alojamiento contaba con esos servicios, sin especificar si deben o no pagar por estos.

Resultados: acceso a servicios, modalidades y costo de los servicios no incluidos dentro del precio del arriendo

Modo en el que pagan los servicios que no están incluidos en el precio del alojamiento, reportados por los hogares encuestados:



Mediana del costo de los servicios no incluidos en el alojamiento a nivel nacional⁵⁸:

Servicio	Casa o apartamento	Cuarto en inquilinato	Cuarto en otro tipo de estructura	Pagadario	Asentamiento
Agua	\$ 30.000 -3%	\$ 25.000 19%	\$ 30.000 -	N/A ⁵⁹	\$ 6.500 -
Gas	\$ 30.000 -15%	\$ 25.000 25%	\$ 40.000 166%	N/A	N/A
Luz	\$ 45.000 -10%	\$ 68.000 126%	\$ 50.000 150%	N/A	\$ 13.500 -

*Las variaciones que se presentan son con respecto a los precios que se obtuvieron en la última ronda del JMMI (noviembre 2021)

Modalidades de acceso a los servicios, reportados por los hogares encuestados⁶⁰:

		Casa o apartamento	Cuarto en inquilinato	Cuarto en otro tipo de estructura	Pagadario	Asentamiento
Fuente de acceso al agua	De acueducto por tubería	93%	92%	87%	100%	38%
	De otra fuente por tubería	4%	0%	0%	N/A	50%
	Carro tanque o agua en camión cisterna	N/A	0%	0%	N/A	0%
	Pozo con bomba	3%	6%	0%	N/A	0%
Práctica de manejo de aguas residuales	Inodoro conectado a alcantarillado	92%	92%	75%	75%	14%
	Inodoro conectado a pozo séptico	5%	3%	8%	25%	29%
	Inodoro sin conexión	1%	N/A	8%	N/A	N/A
	Defecación al aire libre	N/A	N/A	N/A	N/A	21%
Práctica en la disposición de residuos sólidos	Por recolección pública, privada o comunitaria	92%	94%	79%	75%	21%
	Se tira a un lote, zanja o baldío	0%	0%	4%	0%	0%
	Se quema o se entierra	1%	3%	4%	0%	43%
	Se debe ir a la avenida o un lugar cercano donde sí recogen la basura	7%	0%	8%	0%	14%
Reciclaje	No reciclamos los residuos en el hogar	61%	56%	62%	50%	43%
	Por iniciativa propia	17%	17%	18%	50%	43%
	Un programa de la empresa de aseo	10%	14%	8%	N/A	14%
	Por recicladores de oficio	12%	8%	8%	N/A	0%

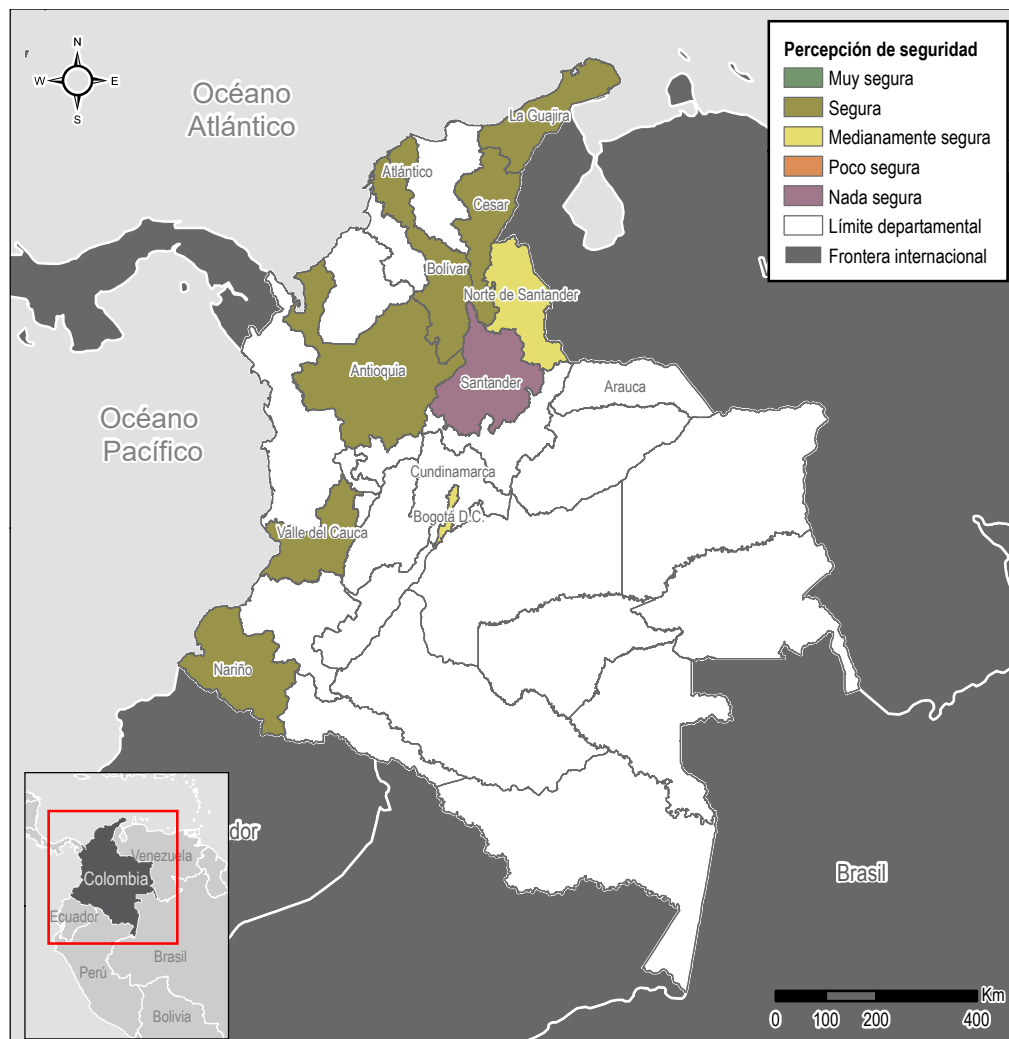
⁵⁸ Los valores aquí reportados corresponden a las medianas de los datos reportados por alojamiento. No estratifica por estrato.

⁵⁹ En las columnas de las medianas de los precios reportados hay N/A (No aplica), pues no se incluye el precio donde no hay suficiente información de todos los alojamientos evaluados, es decir, donde no se alcanzó el mínimo de 3 precios para ese alojamiento, y por tanto, no es suficientemente robusto para ser reportado.

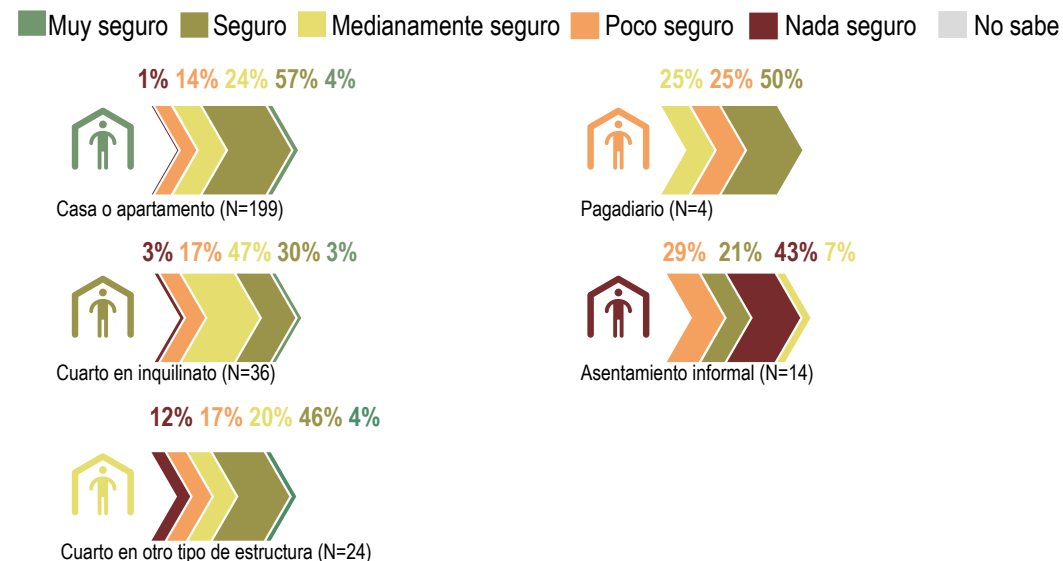
⁶⁰ Solo se presentan las modalidades mayormente reportadas. Los N/A significan que esta modalidad no es implementada en este tipo de alojamiento.

Resultados: percepción de seguridad del alojamiento

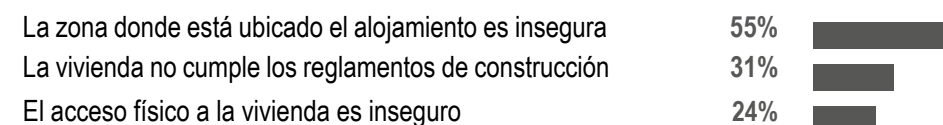
Percepción de seguridad del alojamiento por departamento⁶¹:



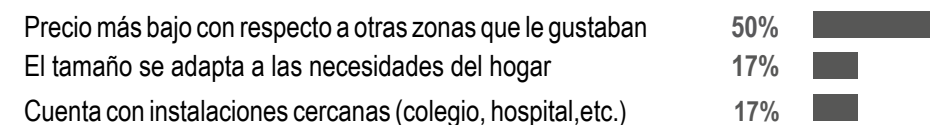
Percepción de seguridad según el tipo de alojamiento:



Tres principales razones por las cuales los hogares encuestados reportaron considerar el alojamiento nada seguro o poco seguro⁶²:



Tres principales razones por las cuales los hogares encuestados escogieron ese alojamiento⁶³:



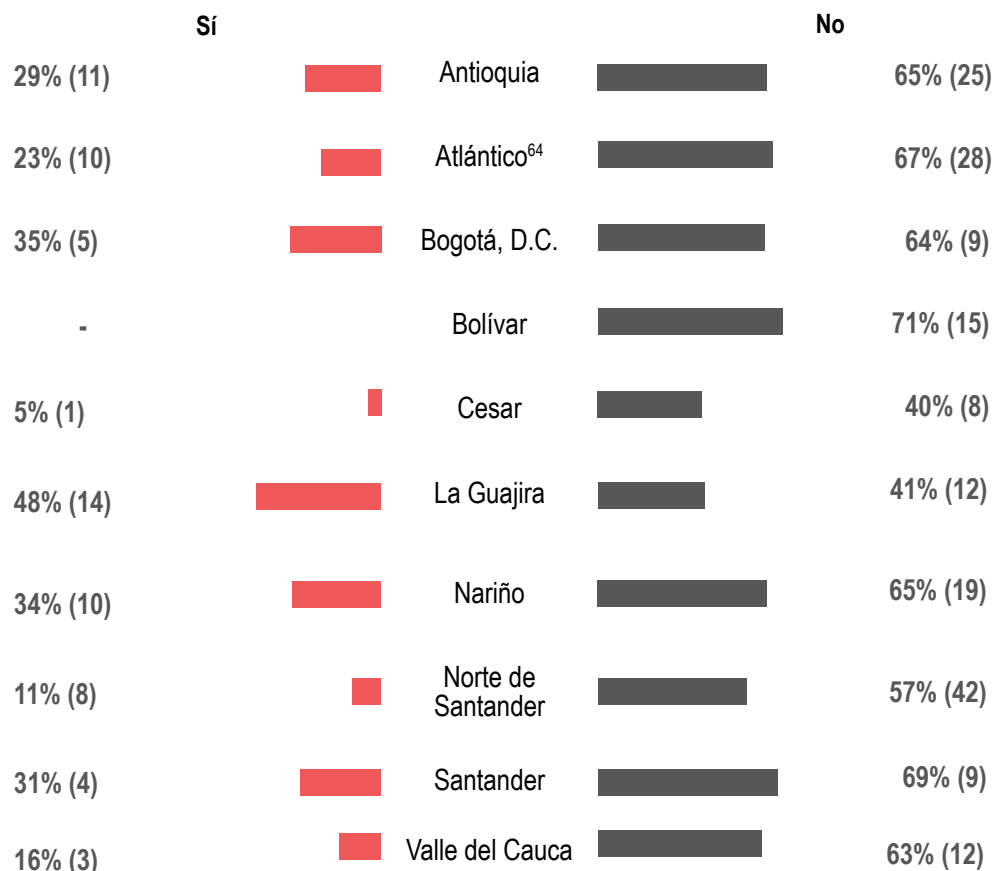
⁶¹. Este mapa refleja la percepción mayormente seleccionada por los encuestados por departamento.

⁶². Esta submuestra corresponde a los 99 encuestados/as que reportaron considerar el alojamiento nada seguro, poco seguro o medianamente seguro.

⁶³. Para los 298 jefes de hogar que respondieron a la pregunta: ¿Cuáles fueron las razones por las que escogió este alojamiento?

Resultados: riesgo de desalojo

Riesgo de desalojo reportado por los encuestados por departamento⁶³:



Acerca de REACH

REACH facilita el desarrollo de herramientas de información y productos que mejoran la capacidad de los actores humanitarios para tomar decisiones basadas en evidencia en contextos de emergencia, recuperación y desarrollo. Las metodologías utilizadas por REACH incluyen la recopilación de datos primarios y el análisis en profundidad, y todas las actividades se llevan a cabo a través de la ayuda interinstitucional. REACH es una iniciativa conjunta de IMPACT Initiatives, ACTED y el Instituto de las Naciones Unidas para la capacitación y la investigación - Programa de Aplicaciones Operacionales por Satélite (UNITAR-UNOSAT). Para más información por favor visite nuestra página web: www.reach-initiative.org.

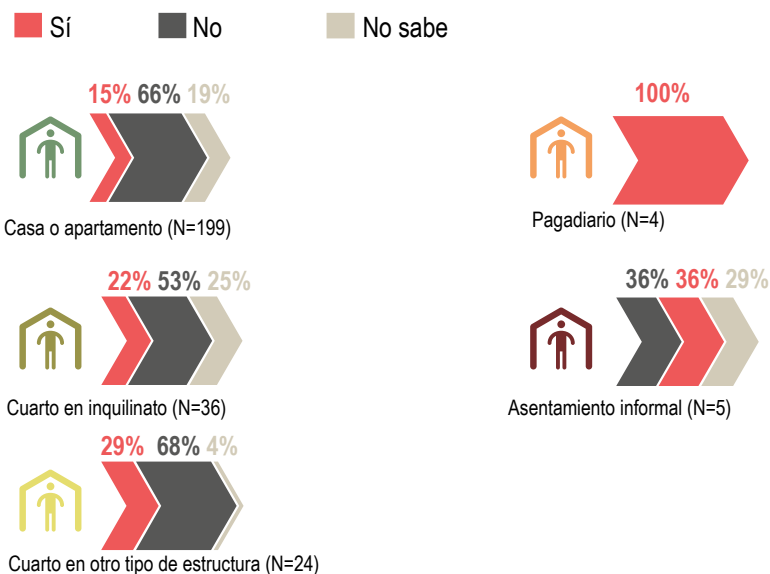
Puede contactarnos directamente: geneva@reach-initiative.org y puede seguirnos en Twitter [@REACH_info](https://twitter.com/REACH_info).

⁶³ Estos porcentajes corresponden a los 243 encuestados que respondieron a la pregunta: ¿en el próximo mes, considera que podría encontrarse en riesgo de desalojo?

⁶⁴ Para el caso de Atlántico, la diferencia corresponde al 6% sobrante de la muestra respondió que "no sabe si podría encontrarse en riesgo de desalojo."

⁶⁵ La submuestra en los tipos de alojamiento corresponde a aquellos encuestados que reportaron considerarse en riesgo de desalojo. Cualquier discrepancia entre las submuestras corresponde a procesos de limpieza de información. Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Proporción de los hogares encuestados que se consideraron en riesgo de desalojo en el mes siguiente a la recolección de los datos:



Razones dadas por quienes se consideraron en riesgo de desalojo para estarlo en el mes siguiente a la recolección de los datos⁶⁵:

