

Términos de referencia de investigación

Iniciativa Conjunta de Monitoreo de Mercados (JMMI- COL)

COL 1903

Colombia

Noviembre
V2

REACH Informing
more effective
humanitarian action

1. Resumen ejecutivo

País de intervención	Colombia		
Tipo de emergencia	☒ Crisis Política y Económica.	☐ Conflicto	
Tipo de crisis	☐ Aparición repentina	☐ Aparición lenta	☒ Prolongada
Agencia/ organismo de mandato	Grupo de trabajo sobre transferencias monetarias (GTM) y Subgrupo de Análisis de Mercados y Necesidades.		
Código del proyecto	44 DNX		
Periodo de la investigación (desde el diseño de la investigación hasta la producción de los resultados / M&E)	01/10/2019 a 30/12/2020		
Marco de tiempo de la investigación <i>Ingresar las fechas límites planeadas (para el primer ciclo, si es que hay más de uno)</i>	1. Inicio de recolección de datos: 12/03/2020	5. Presentación preliminar: N/A	
	2. Recolección de datos: 27/11/2020	6. Productos enviados para validación: 07/12/2020	
	3. Análisis de datos: 04/12/2020	7. Productos publicados: 20/12/2020	
	4. Datos enviados para validación: 04/12/2020	8. Presentación final: 10/12/2020	
Número de evaluaciones	☐ Evaluación única (un ciclo)		
	☒ Evaluaciones múltiples (más de un ciclo) <i>[cada dos meses.</i>		
Hitos humanitarios <i>Especificar qué informará la evaluación y cuándo. e.j. El clúster de Albergues utilizará estos datos para redactar el Llamamiento Mundial del ACNUR.</i>	Hitos Humanitarios	Fecha límite	
	☐ Plan / estrategia del donante	__/__/____	
	☒ Plan / estrategia inter-clúster (GTM)	2020-2021	
	☐ Plan / estrategia del clúster	__/__/____	
	☐ Plan / estrategia de las ONGs	__/__/____	
	☐ 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	
	☒ Estratégico ☒ Programático ☐ Operacional ☐ [Otros, especificar]	☒ Envío vía e-mail de productos (e.j. e-mail a consorcio de ONGs; participantes del Equipo Humanitario País; Donantes) ☒ E-mail a clústeres (educación, refugio y WASH) y presentación de resultados en la próxima reunión de clústeres. ☒ 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) ☐ [Otros, especificar]
Plan de diseminación detallado requerido	☐	Si	X 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)	• Comprender y monitorear los factores relevantes de los mercados priorizados por el GTM para determinar el grado de funcionalidad de los mercados focalizados. • Monitoreo de 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.		
Pregunta(s) de investigación	1. ¿Cuáles son los precios de los productos básicos alimentarios y no alimentarios en Colombia? 2. ¿Cuáles son las variaciones y tendencias geográficas de los precios en el tiempo? 3. ¿Cuál es la cadena de suministro y las rutas de abastecimiento que afectan los mercados? 4. ¿Cuáles son los niveles de stock de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse? 5. ¿Qué desafíos para reabastecerse enfrentan y esperar enfrentar los comerciantes? 6. ¿A qué tipo de alojamientos está accediendo la población beneficiaria de transferencias multipropósito¹ en Colombia? 7. ¿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? 8. ¿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 varía por ronda. Departamentos que serán cubiertos en ronda de noviembre 2020: Bolívar, Cesar, Antioquia, Arauca, La Guajira, Bogotá, Norte de Santander, Santander, Atlántico, Cundinamarca, Nariño, Valle del Cauca y Magdalena		
Fuentes de datos secundarios	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 2020		

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

	Resultados de 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			
Población(es) <i>Seleccionar todas las que correspondan</i>	☐	PDI en campos	☐	PDI en sitios informales
	X	PDI en comunidades de acogida	☐	PDI [Otras, especificar]
	☐	Refugiados en campos	☐	Refugiados en sitios informales
	X	Refugiados en comunidades de acogida	☐	Refugiados [Otras, especificar]
	X	Comunidades de acogida	X	Migrantes venezolanos, población retornada
Estratificación <i>Seleccionar tipo(s) e ingresar número(s) de estratos</i>	X	Geográfica #: 13 departamentos Se conoce la población por estratos? X Si ☐ No	☐ Grupo #: ____ Se conoce la población por estratos? ☐ Si ☐ No	☐ [Otra, especificar] #: ____ Se conoce la población por estratos? ☐ Si ☐ No
Herramienta(s) de recolección de datos	X	Estructurada (cuantitativa)	☐	Semi-estructurada (cualitativa)
	Método de Muestreo		Método de recolección de datos	
Herramienta de recolección de datos estructurada # 1: Encuesta a comerciantes (IC) <i>Seleccionar método de muestreo y recolección de datos, y especificar el # objetivo de entrevistas.</i>	X Deliberado ☐ Probabilístico / aleatorio simple ☐ Probabilístico / aleatorio simple estratificado ☐ Probabilístico / muestreo conglomerado ☐ Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado ☐ [Otro, especificar]		X Encuesta a informante clave (Objetivo #): 120 (4 precios por municipio por producto) ☐ Grupo de discusión (Objetivo #): ____ ☐ Encuesta a hogares (Objetivo #): ____ ☐ Encuesta individual (Objetivo #): ____ ☐ Observación directa (Objetivo #): ____ ☐ [Otro, especificar] (Objetivo #): ____	
Herramienta de recolección de datos estructurada # 2: Encuesta de vivienda a hogares. <i>Seleccionar método de muestreo y recolección de datos, y especificar el # objetivo de entrevistas.</i>	X Deliberado ☐ Probabilístico / aleatorio simple ☐ Probabilístico / aleatorio simple estratificado ☐ Probabilístico / muestreo conglomerado ☐ Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado ☐ [Otro, especificar]		☐ Encuesta a informante clave (Objetivo #): ____ ☐ Grupo de discusión (Objetivo #): ____ X Encuesta a hogares (Objetivo #): 250 (10 hogares por municipio para el piloto, con intención de aumentar esta muestra.) ☐ Encuesta individual (Objetivo #): ____ ☐ Observación directa (Objetivo #): ____ ☐ [Otro, especificar] (Objetivo #): ____	
Nivel de precisión (en caso de muestreo probabilístico)	N/A		N/A	

Plataforma(s) del manejo de datos	☒	IMPACT	☐	ACNUR
	☐	[Otras, especificar]		
Tipo(s) de producto(s) planificado(s)	☒	Resumen general de la situación: # 1 cada onda de recolección de datos	☐	Informe #: __
	☐	Presentación (resultados preliminares) #: __	☒	Presentación (final) #: 1 cada ronda de recolección de datos
	☒	Dashboard interactivo#: __	☐	Webmap #: __
	☒	Conjunto de datos #: 1 cada mes/ronda de recolección de datos		
Acceso	☒	Público (disponible en REACH Resource Center y en otras plataformas humanitarias)		
	☐	Restringido (diseminación bilateral según lo acordado en la lista de diseminación, sin ser publicado en REACH u otras plataformas)		
Visibilidad <i>Especificar qué logos deben ser incluidos en los productos</i>	REACH			
	Donante: ECHO			
	Marco de coordinación: GTM Colombia			
	Socios: consorcios de CUA y venesperanza, Acción contra el Hambre, Programa Mundial de Alimentos, CESVI 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 colapso de la infraestructura pública, lo que ha provocado el desplazamiento de millones de personas. En la actualidad se estima que más de 4,9 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, 2,4 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 propio del país.

Para abordar las necesidades, los socios humanitarios están implementando 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.

Hasta ahora no se ha realizado un seguimiento sistemático del mercado (y sus variantes geográficas) en Colombia; además, entre la comunidad humanitaria no se ha definido un MEB (canasta de gastos mínimos). Por lo tanto, es necesario un proceso conjunto y multisectorial con una capacidad dedicada para este fin, ya que, si bien muchas agencias tienen sus propios mecanismos y evaluaciones de mercados, estas no son sistemáticas y son ejercicios aislados para proyectos particulares. 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.

² [R4V](#), revisado el 9 de noviembre de 2020

En marzo de 2020, para abordar las brechas de información descritas, REACH en colaboración con el Grupo de Trabajo de Transferencias Monetarias (GTM) lanzó la Iniciativa Conjunta de Monitoreo del Mercado de Colombia (JMMI- COL) únicamente en el departamento de La Guajira. Sin embargo, debido a la emergencia sanitaria del COVID-19, el JMMI fue pospuesto y se llevaron a cabo dos rondas de Evaluación Rápida de Mercados, entrevistando tanto a consumidores como comerciantes para entender la situación actual del mercado, su capacidad de satisfacer las necesidades mínimas y el acceso o barreras que enfrentaban los consumidores al mismo. Por ello, desde mediados de septiembre se han retomado las conversaciones en torno al JMMI, con una ronda planeada para la semana del 23 al 27 de noviembre, y buscando fortalecer la participación de los socios para lograr la periodicidad deseada y posible de la iniciativa.

Dada la emergencia sanitaria, el Grupo Inter agencial de Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM), ha realizado tres rondas de Evaluación de Necesidades, en las cuales se ha hecho más claro las dos principales necesidades a cubrir de la población migrante, siendo estas alimentación y alojamiento. A su vez, por medios de los PDMs implementados por los socios del GTM esta información se ha corroborado y, más específicamente, se ha hecho evidente que estas dos necesidades representan los mayores gastos y, por tanto, principal uso que le dan a las transferencias. Esto motivó entre los socios, la necesidad de indagar sobre el precio del alojamiento, incluyendo los tipos de alojamiento que el Grupo Multisector y los socios implementando *cash for rent* han mapeado.

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 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 primera ronda de recolección de datos (el piloto) fue en el departamento de La Guajira en las primeras semanas de marzo 2020. Para el relanzamiento de la iniciativa y las siguientes rondas, desde noviembre, la recolección se hará cada dos meses en lugar 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.

En estas nuevas rondas, se incluirá 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. En ese sentido, se entrevistarán comerciantes (minoristas y mayoristas) para el componente de mercados de alimentos y productos no alimenticios, y hogares para el componente de vivienda.

3.2 Población de interés

Para el componente de mercados de productos alimenticios y no alimenticios 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

³ [CaLP \(Cash Learning Partnership\)](#), consultado el 13 de noviembre de 2020

- 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 le 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 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.

3.3 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 evitara que duplicidad 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.

⁴ Ibíd.

- **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.

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, para el piloto (la ronda en noviembre), se pedirá a los socios un número mínimo de 10 encuestas por municipio. Sin embargo, una vez pasado el piloto y la herramienta sea validada en campo, el mínimo de encuestas por municipio aumentará a 20. La prioridad del GTM es el monitoreo 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 2020: 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. 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 dos 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, teniendo en cuenta [los procedimientos estandarizados para recolección durante COVID-19](#). 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

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
• ¿Cuáles son los precios de los productos básicos alimentarios y no alimentarios en Colombia?	• Tipo – a granel / empackado • Precios⁵
• ¿Cuáles son las variaciones y tendencias geográficas de los precios en el tiempo?	• Expectativas de precios (1 mes) - <i>aumento / disminución / sin cambios</i>

⁵ Precio deberá ser pesos colombianos y dada la unidad de medida.

	Razones de los cambios de precio previstos - <i>seleccione de la lista</i>
¿Cuál es la cadena de suministro y las rutas de abastecimiento que afectan los mercados?	- Ubicación del principal proveedor de alimentos/Productos no alimenticios - <i>seleccione la ubicación</i> - Modo de transporte y ruta de abastecimiento- <i>carretera principal o secundaria, ruta fluvial, marítima</i>
¿Cuáles son los niveles de stock de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse?	- 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>
¿Qué desafíos enfrentan los comerciantes al reabastecerse?	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. Sin embargo, para la ronda de noviembre, las ciudades Cartagena y Barranquilla se excluirán de esta lógica, pues el huracán Iota ha afectado mucho las ciudades ubicadas en la costa Caribe, haciendo necesario mapear los posibles desafíos en el reabastecimiento que están enfrentando los comerciantes.

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 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 alimenticios y con el Programa Mundial de Alimentos (PMA) para los productos alimenticios.

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 alimenticios	Unidad	Productos no alimenticios	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 AA	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. Fríjoles 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. Plátano	1 Kg	8. Tapabocas quirúrgico	1 unidad

9. Papa pastusa	1 Kg	
10. Yuca	1 Kg	
11. Aceite	1 Lt	
12. Tomate chonto	1 Kg	
13. Leche	1 Lt	
14. Lomitos de atún en lata en aceite	1unidad (170gr)	

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
¿A qué tipo de alojamientos está accediendo la población beneficiaria de transferencias multipropósito en Colombia?	- Tipo de vivienda - Tipo de acuerdo de titularidad del alojamiento - Instalaciones de la vivienda
¿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?	- Personas alojadas en la vivienda - Precio de la vivienda - Precio de los servicios
¿Cuáles son los riesgos a los que está expuesta la población migrante o retornada al enfrentarse al mercado del alojamiento en Colombia?	- 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 datos 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

Agregación a nivel departamental:

- **Precios:** Utilizando los precios recolectados de los comerciantes individuales, se calcula la mediana de los precios para cada artículo por mercado evaluado⁶. Adicionalmente, se generarán índices de precios, como el costo total de la canasta, de los artículos alimenticios y de los no alimenticios. 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.
- **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).

⁶ 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.

- **Ubicación del proveedor de alimentos/no alimenticios/ 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 alimenticios y/o no alimenticios.
- **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 Data	(IMPACT Unit)	GTM
<i>Elaboración de los mapas</i>	GIS	OE	HQ Reporting	(IMPACT 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

5. Plan de análisis de datos

Estará disponible a solicitud.

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		☐ Si
		# de visitas a x webmap/x dashboard	País solicita a HQ		☐ 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	Reference_log	Las estrategias para GTM
		# 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_Feed back and Usage_Survey template	Retroalimentación verbal y escrita de los socios.
		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	Recomendaciones para fortalecer los programas de IMPACT			

	informados directamente por 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	☐ Si ☐ Si X SI
		# de organizaciones/ clústeres contribuyendo en el diseño de la investigación y en análisis conjunto			
		# de organizaciones/ clústeres atendiendo a reuniones de presentación de hallazgos.			

