

Evaluación del mercado WASH Norte de Santander

Junio 2021

Introducción

La evaluación del mercado WASH (agua, saneamiento e higiene) en Norte de Santander es el resultado del trabajo en conjunto entre el grupo Back to Back WASH, la Mesa Departamental de Agua, Saneamiento e Higiene de Norte de Santander y el equipo de la [Iniciativa REACH](#). Por medio de esta iniciativa se busca realizar un análisis a mayor profundidad del mercado de productos y servicios WASH que fueron elegidos previamente por las mesas WASH de los departamentos donde la evaluación se llevó a cabo y por el espacio Back to Back WASH, tras el impacto generado por la pandemia del COVID-19. De esta forma, se busca recoger la perspectiva de los tres sectores poblacionales involucrados en dicho mercado (los consumidores, los comerciantes y los prestadores de servicios).

En esta hoja informativa se busca presentar los resultados obtenidos en los municipios de Cúcuta, Puerto Santander, El Zulia, Villa del Rosario, Los Patios y Pamplona, haciendo énfasis en el impacto del COVID-19 y las medidas de afrontamiento asumidas por cada uno.

Cifras principales:

6 municipios cubiertos

426 entrevistas a consumidores

180 entrevistas a comerciantes

25 entrevistas a prestadores de servicios

Periodo de recolección:

25 de noviembre

al 18 de diciembre de 2021

Cobertura de la evaluación



Metodología

En colaboración de expertos del espacio Back to Back WASH y de las mesas de Agua, Saneamiento e Higiene de los departamentos de estudio (La Guajira, Norte de Santander, Chocó y la mesa nacional), se construyeron tres herramientas estructuradas para cada sector poblacional, es decir, una para consumidores, otra para comerciantes y finalmente otra para prestadores de servicios. A partir de ellas, los equipos de REACH llevaron a cabo entrevistas estructuradas. Los consumidores entrevistados informaron a nivel de sus hogares y fueron elegidos aleatoriamente teniendo en cuenta el índice de vulnerabilidad del Departamento Nacional de Planeación (DANE). En total se entrevistaron a 426 hogares en seis municipios, buscando tener un mínimo de 40 encuestas por municipio.

Para el caso de los comerciantes, se entrevistaron a 180 comerciantes en seis municipios del departamento. De esta forma, se intentó dentro de cada mercado recolectar por lo menos cuatro encuestas completas para cada producto de interés¹. Finalmente, en el caso de los prestadores de servicios se entrevistó mínimo a un prestador de servicios de aseo y a un prestador del servicio de agua por municipio, logrando recolectar información para seis municipios. ([Para mayor información consulte los Términos de referencia](#)).

Limitaciones

Todas las conclusiones de esta evaluación son indicativas; la cantidad de datos reunidos no es una muestra representativa para el departamento, por lo que los resultados no pueden extrapolarse y no son generalizables a las poblaciones de interés. Las conclusiones se basan en respuestas auto informadas y, por lo tanto, están sujetas a un cierto grado de sesgo.

¹ Los productos de interés fueron elegidos teniendo en cuenta su relevancia para la programación WASH.



Resultados Generales

A continuación, se presentarán los resultados generales encontrados en cada uno de los componentes de la evaluación, es importante tener en cuenta que solo se mostraron resultados predominantes y posteriormente en la sección de cada uno se profundizara en ellos.

Consumidores (426 encuestas)

- **Casi tres cuartas partes (72%) de las encuestas** realizadas corresponde a hogares que estaban ubicados en el **área urbana** del departamento.
- La mayoría (**85%**) de los hogares reportaron tener **nacionalidad colombiana** y un **24%** de **nacionalidad venezolana**.
- Los **inodoros fueron el equipamiento con el que más contaban los hogares (94%)**.
- Un **41%** de los hogares manifestó contar con **lavamanos** dentro de su hogar y un **59%** contar con **duchas**.
- Un **39%** de los hogares reportó haber tenido problemas en los siete días previos a la recolección para acceder al mercado. De los hogares que reportaron haber tenido problemas, la razón más reportada fue la **falta de recursos financieros (87%)**.
- Las dos razones en la **dificultad de compra** más reportadas por los 238 hogares que manifestaron haber tenido esta dificultad fueron: **la falta de recursos financieros (86%) y el aumento en los precios de los productos (67%)***.
- Los productos reportados con mayor dificultad de compra fueron el **alcohol (45%), el gel antibacterial (25%) y el jabón de ropa (24%)***.
- La mayoría de los hogares (**77%**) reportaron haber tenido **cambios en sus ingresos** en el mes previo a la recolección de los datos, entre ellos la principal razón reportada fue la situación generada por el COVID-19 (97%).
- Los productos reportados con mayor **aumento en sus precios** fueron: **el alcohol (87%), el gel antibacterial (53%) y el jabón de uso personal (46%)**.
- Las **fuentes de agua** predominantes en el departamento fueron el **acueducto (72%), agua lluvias (13%) y pozo con bomba (13%)**.
- El **22%** de los hogares reportó **no realizar tratamiento domiciliario de agua**.
- Las **prácticas predominantes en la disposición de residuos sólidos** en el territorio fueron la **recolección pública, privada o comunitaria (92%), el depósito de la basura en un lote, zanja o baldío (3%) y la quema de la basura (2%)**.
- Las **modalidades predominantes en el manejo de excretas sanitarias** en el departamento fueron **el inodoro conectado a alcantarillado (65%) y el inodoro conectado a pozo séptico (21%)**.

Comerciantes (180 encuestas)

- El **34%** de los comerciantes reportó tener **problemas de escasez** en el mes previo a la recolección.
- Entre ellos, los principales productos reportados con escasez fueron: **el alcohol (55%), los tapabocas desechables (40%) y los guantes quirúrgicos (21%)**.
- El **51%** de los comerciantes reportaron que los **efectos generados por el COVID-19 habían sido negativos**. Según esos comerciantes, la principal consecuencia negativa, fue la **disminución en las ventas (82%)**.
- Los productos reportados con **mayor cambio en sus precios** en el mes previo a la recolección, fueron: **el alcohol (55%), el jabón de uso personal (54%) y tapabocas desechables (49%)**.
- Las principales razones reportadas para el aumento en los precios fue por el **aumento de la demanda (54%) y la escasez en los productos (54%)**.
- Un **27%** de los comerciantes reportó haber tenido **dificultad para reabastecerse** en el mes previo a la recolección de datos.

Prestadores de servicios (22 del servicio de agua - 7 del servicio de aseo)

- El **45%** de los prestadores suministraba un servicio **privado**, un **24%** **público** y un **31%** **comunitario**.
- Los **siete prestadores del servicio de aseo** operaban solo en el **área urbana**. **21 prestadores de agua** prestaban el servicio en el **área urbana y solo uno en el área rural formalizada**.
- Para la mayoría de los prestadores del servicio de aseo (**3**) los **efectos del COVID-19** fueron reportados como **nulos**. En el caso de los **prestadores del servicio de agua**, **ocho** reportaron que el **efecto había sido positivo** y **ocho** que **no había habido ningún efecto**.
- La mayoría de los prestadores (**25**) manifestaron que los **precios de los servicios se habían mantenido igual** desde el inicio de la pandemia y esperaban que siguieran así.

Consumidores

CONTEXTO

Norte de Santander es un departamento ubicado en el nor-orienté de Colombia. Es limítrofe con Venezuela, y los departamentos de Santander, Boyacá y Cesar. Desde el inicio de la crisis por la migración venezolana, ha sido de los departamentos con mayor afectación, en enero de 2021 por esta frontera cruzaron cerca de 25000 personas². Lo cual lleva a que cerca del 25% de la población en el departamento sea de nacionalidad venezolana, como lo reportó UNICEF en 2020.³ Los municipios en donde se realizó la recolección de información fueron San José de Cúcuta, Pamplona, El Zulia, Los Patios, Puerto Santander y Villa del Rosario.

PRINCIPALES HALLAZGOS

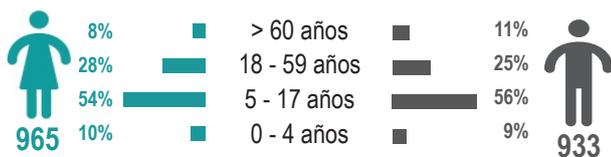
- Se recolectó información para un total de **426 hogares**
- Casi todos los **hogares (77%) vieron afectados sus ingresos** tras el comienzo de las medidas para prevenir la pandemia del COVID-19.
- Los **lavamanos** se constituyeron como el equipamiento con el que menos contaban los hogares, **solo un 41% de los hogares contaba con uno.**
- El **alcohol** y los **tapabocas desechables** fueron los productos reportados como con mayor cambio en su demanda, se observó un **aumento de un 38% y 78%** respectivamente, con respecto a su demanda antes de la pandemia. Lo cual se corroboró al haber sido los productos con mayor dificultad de compra y cambios en sus precios.



CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS HOGARES

Tamaño promedio del hogar **4 personas**

Proporción de edad y sexo dentro de los hogares:⁴



Etnia

El 99% de los hogares encuestados reportó que no pertenecían a ninguna etnia. Y un 1% de la población a negros, mulatos o afrodescendientes e indígenas.

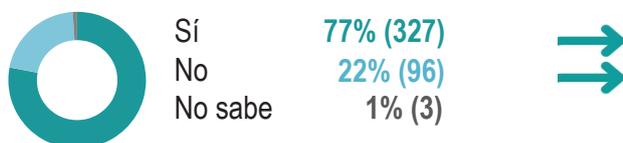
Nacionalidad⁵



Caracterización de la ubicación de la vivienda



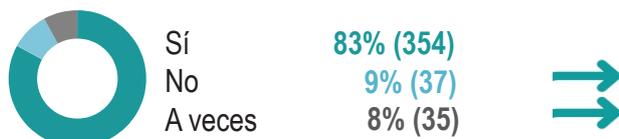
Proporción de los hogares que reportaron haber presentado cambios en sus ingresos en el mes previo a la realización de la encuesta:



De los 327 hogares que sí habían presentado cambios en sus ingresos, la razón más reportada como causante del cambio en los ingresos fue:

La situación del COVID-19 y sus regulaciones han limitado o detenido la generación de ingresos de los sostenes del hogar (97% - 316)

Proporción de hogares que reportaron realizar prácticas de desinfección tras el comienzo de la pandemia por el COVID-19:



De los 389 hogares que respondieron que sí o a veces realizaban prácticas de desinfección, los productos más usados fueron:⁷

- Alcohol antiséptico **92% (357)**
- Jabón de manos **83% (324)**
- Cloro **78% (303)**
- Jabón de ropa **71% (274)**
- Jabón de loza **64% (247)**

² Celeridad para el fenómeno migratorio, pedido del Departamento a la Nación, 2021.

³ Evaluación de necesidades de agua, saneamiento e higiene en el marco del flujo mixto de frontera, Unicef 2020.

^{4,5} Información reportada por 426 hogares encuestados.

⁶ Binacional: colombovenezolano.

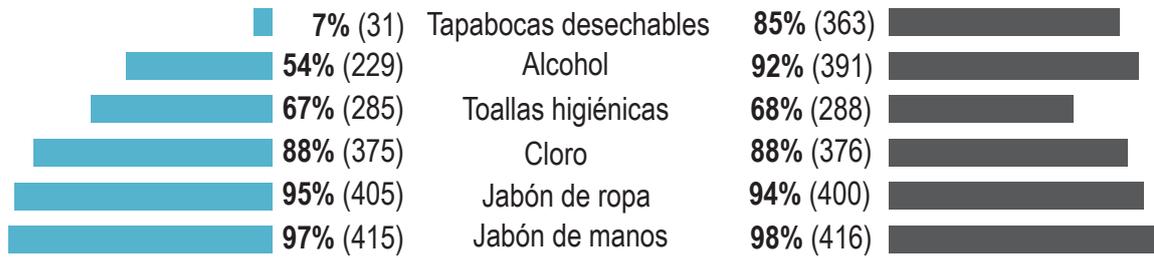
⁷ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.



Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

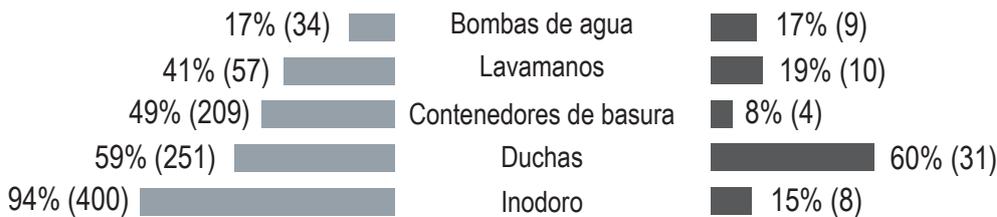
Proporción de hogares que reportaron cambios en la demanda de los productos siguientes antes y después del comienzo de la pandemia de COVID-19⁷:



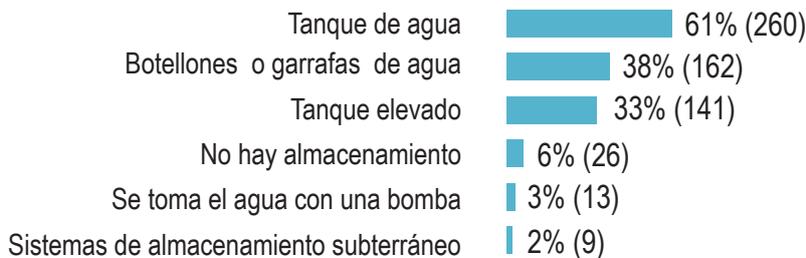
ESTRUCTURA DE AGUA, SANEAMIENTO E HIGIENE DEL HOGAR

Proporción de hogares por equipamientos reportados con los que contaban en el hogar:⁸

Proporción de los 52 hogares que afirmaron contar con uno de los equipamientos como cercanos a pesar de no tenerlo en su hogar:⁸



Proporción de hogares por medios de almacenamiento del agua más comúnmente reportados:⁸

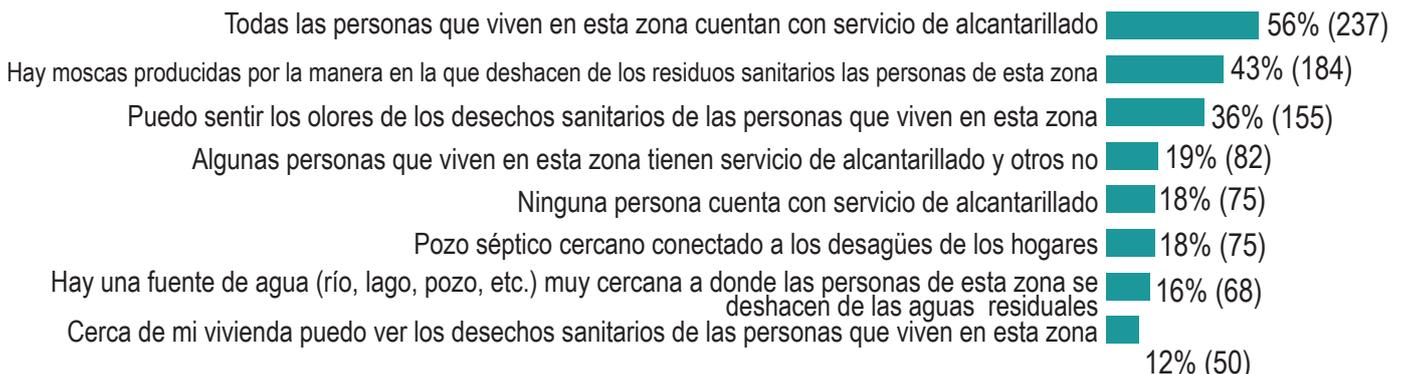


Otros medios: algunos hogares reportaron métodos alternativos de almacenamiento de agua como:

- Botellas de gaseosa (2)
- Pimpinas o canecas (1)



Proporción de hogares según los métodos de manejo de aguas residuales más comúnmente reportados en la zona donde se encontraba ubicado el hogar:⁸



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



Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander



ACCESO AL MERCADO

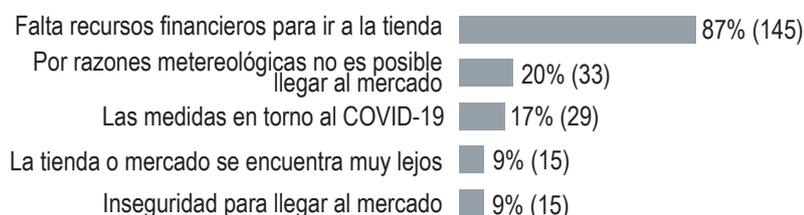
Proporción de hogares que reportaron haber tenido dificultades para acceder al mercado en los siete días previos a la recolección de datos:



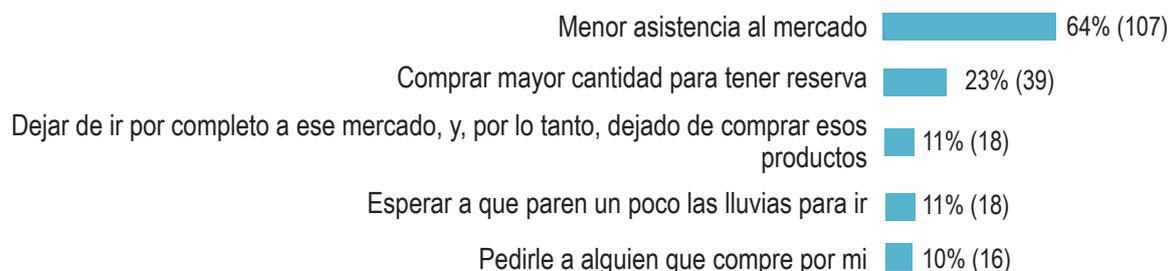
Sí 39% (167)
No 61% (259)



Principales razones reportadas por los 167 hogares que manifestaron haber tenido dificultades para acceder al mercado:⁹



Principales formas reportadas por los 167 hogares para afrontar las dificultades de acceso al mercado:⁹



DIFICULTAD DE COMPRA

Productos mayormente reportados por los hogares como difíciles de comprar en el mes previo a la recolección:⁹



Razones por las cuales los 238 hogares manifestaron haber presentado dificultad de compra:⁹

1. Falta de recursos financieros para comprar este producto **86% (205)**
2. Aumento en el precio de los productos **67% (159)**
3. Los productos no están disponibles en la tienda o mercado **7% (17)**
4. Las marcas específicas no están disponibles en las tiendas o mercados **7% (17)**

Las dos medidas principales de afrontamiento reportadas por los 238 hogares ante las dificultades de compra fueron:⁹

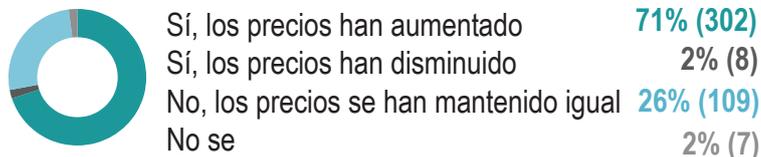
1. Ahora se compra una marca más barata **78% (185)**
2. Se reemplazó el producto por uno diferente que cumpla una función similar **46% (108)**

⁹ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

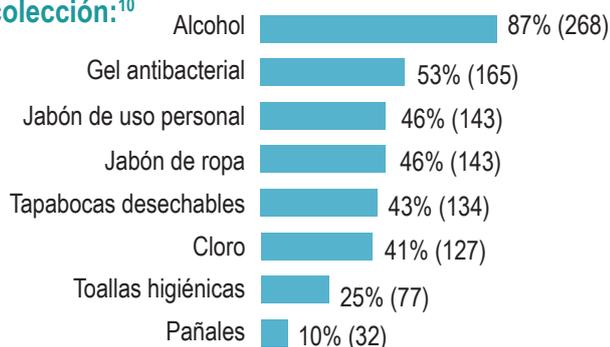


CAMBIO EN LOS PRECIOS

Proporción de hogares que reportaron haber percibido un cambio en los precios en el mes previo a la recolección de datos:¹⁰



Productos mayormente reportados por los 310 hogares que manifestaron cambios en los precios en el mes previo a la recolección:¹⁰



Medidas de afrontamiento asumidas por los 310 hogares que manifestaron cambios en los precios:¹⁰

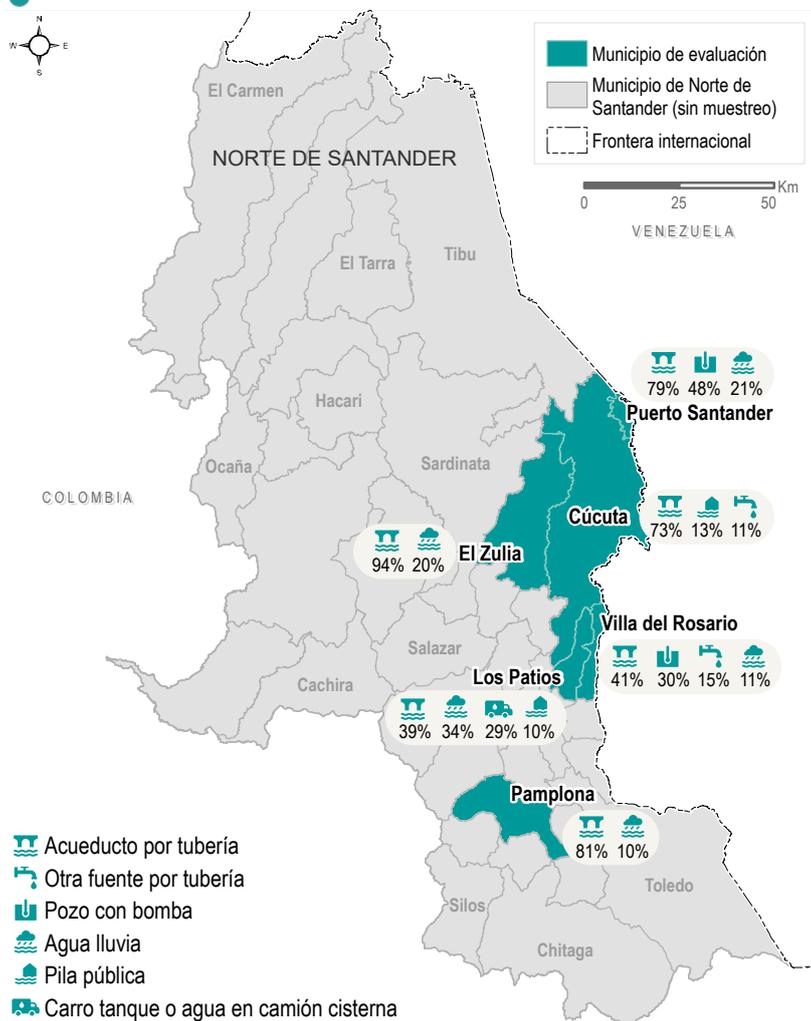
1. Comprar una marca más barata de ese producto **78% (234)**
2. Reemplazar el producto, por uno diferente, que cumpla una función similar **43% (129)**
3. Dejar de comprar otros productos, para comprar este o estos productos **15% (46)**
4. Dejar de comprar ese o esos productos **10% (30)**
5. Comprarle los productos a los grupos armados de la región* **11% (32)**

El alcohol y el gel antibacterial fueron los productos mayormente afectados tanto en la dificultad de compra como en el cambio de sus precios.

¹⁰ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.



FUENTES DE ACCESO AL AGUA



Casos Particulares (% de hogares):

Puerto Santander

- Otra fuente por tubería **6% (3)**
- Carro tanque **4% (2)**

Pamplona

- Otra fuente por tubería **2% (1)**
- Aguatero **4% (3)**

San José de Cúcuta

- Pozo con bomba **4% (6)**
- Aguas lluvias **4% (6)**
- Carro tanque **1% (1)**

Villa del Rosario

- De pila pública **2% (1)**
- Aguatero **2% (1)**

Los Patios

- Otra fuente por tubería **2% (1)**
- Carro tanque **2% (1)**
- Aguatero **2% (1)**

El Zulia

- Pozo con bomba **2% (1)**
- De pila pública **1% (1)**
- Carro tanque **2% (1)**
- Aguatero **2% (1)**



Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

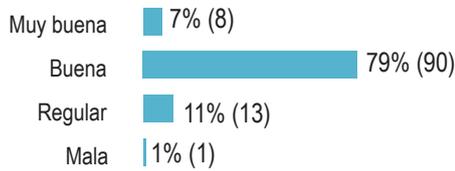


CARACTERÍSTICAS DEL AGUA

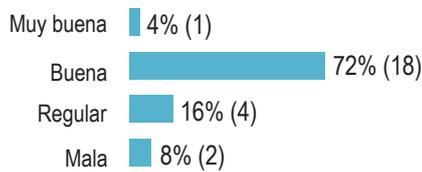
Calidad del agua

Importante: todos los porcentajes corresponden a una proporción de hogares.

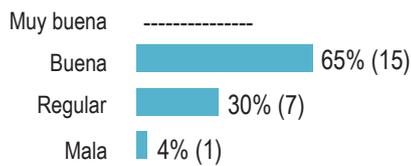
San José de Cúcuta



Villa del Rosario



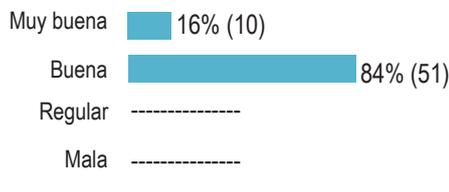
Puerto Santander



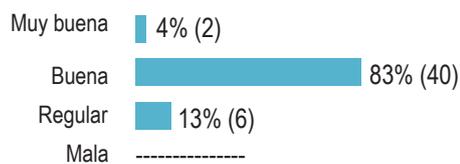
Los Patios



Pamplona



El Zulia



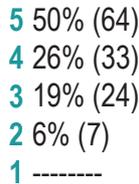
Color, olor y sabor del agua reportados por los hogares

En cada categoría, el 1 corresponde a algún **color**, **olor** o **sabor** particular (según corresponda) y el 5 al mejor escenario, cuando el agua no contaba con ningún **color**, **olor** o **sabor**.

Importante: todos los porcentajes corresponden a una proporción de hogares.



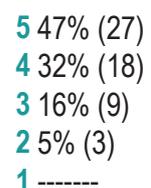
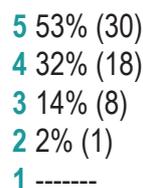
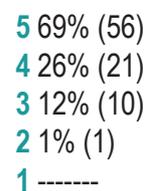
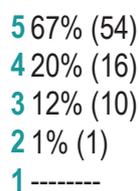
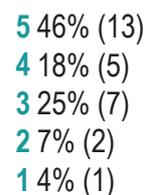
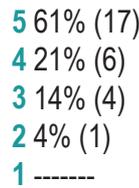
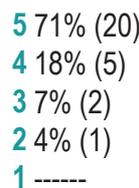
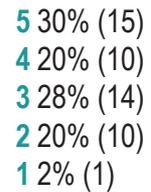
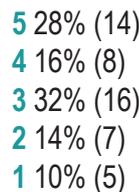
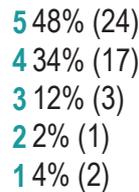
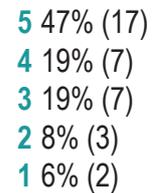
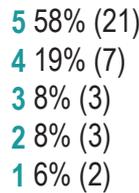
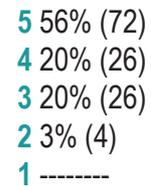
Color



Olor



Sabor



----- Indica que ningún encuestado en el municipio eligió esta opción.

Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

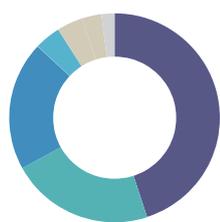
Continuidad del agua reportada por los hogares

En la tabla presentada a continuación se presentan los datos reportados sobre la regularidad del servicio del agua en cada uno de los municipios evaluados. La escala de colores corresponde a la vulnerabilidad del hogar dada la frecuencia del servicio, entre más oscuro el color mayor la vulnerabilidad. De igual forma, la regularidad predominante en el municipio, se encuentra en negrita.

Municipio	Diariamente	De dos a tres veces por semana	Semanalmente	Cada 15 días	Cada mes
San José de Cúcuta	53% (60)	29% (33)	9% (10)	4% (6)	5% (8)
Villa del Rosario	44% (11)	4% (1)	24% (6)	20% (5)	8% (2)
Puerto Santander	4% (1)	78% (18)	13% (3)	4% (1)	
Los Patios	16% (3)	32% (6)	37% (7)	16% (3)	
Pamplona	98% (60)	2%(1)			
El Zulia	8% (4)	69% (33)	17% (8)	4% (2)	2% (1)

Tratamiento domiciliario del agua

Proporción de hogares según los métodos domiciliarios de tratamiento del agua reportados:



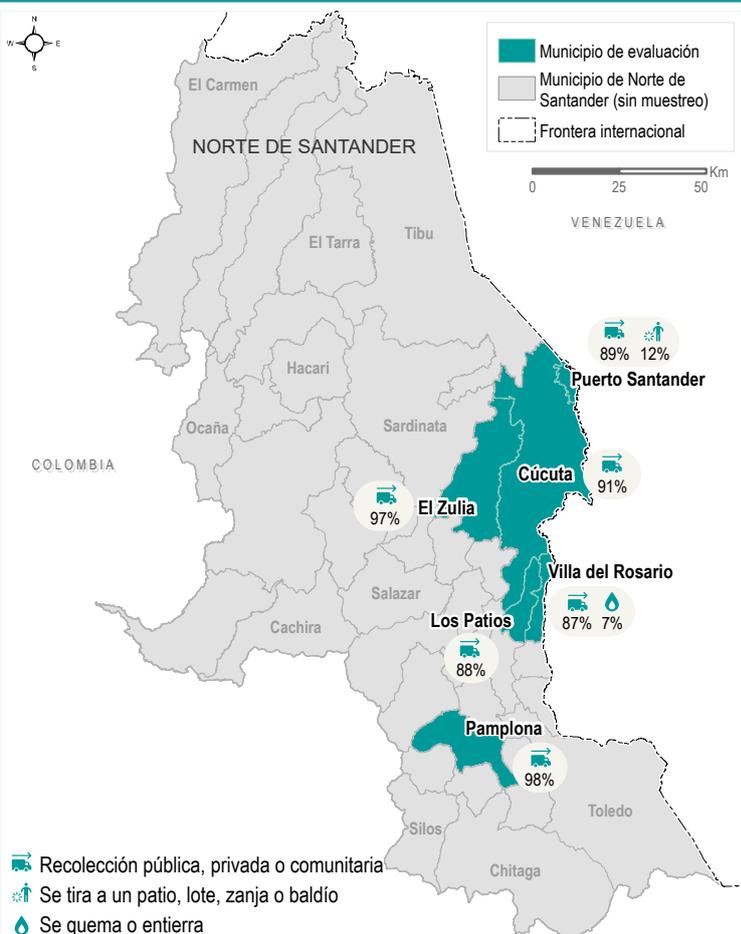
Se hierva	45% (192)
No se potabiliza	22% (92)
Llega potable	20% (87)
Pastillas potabilizadoras	4% (19)
Sistemas de filtración	4% (17)
Otra modalidad	3% (13)
Agua embotellada	2% (8)

Problemas de acceso al agua:

Algunos hogares del departamento (**10 hogares**) reportaron dentro de las otras modalidades, **hervir el agua únicamente para los niños**. Y otros **dos hogares** reportaron **congelar el agua para matar las bacterias y luego tomarla**.



PRÁCTICAS EN LA DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS



Casos particulares: (% de hogares)

San José de Cúcuta

Pagarle a un recolector informal para que lleve la basura a un basurero **4% (6)**

Los Patios

Ir a la avenida o a un lugar lejos de la casa donde se recoge la basura **5% (2)**



Evaluación del mercado WASH Norte de Santander

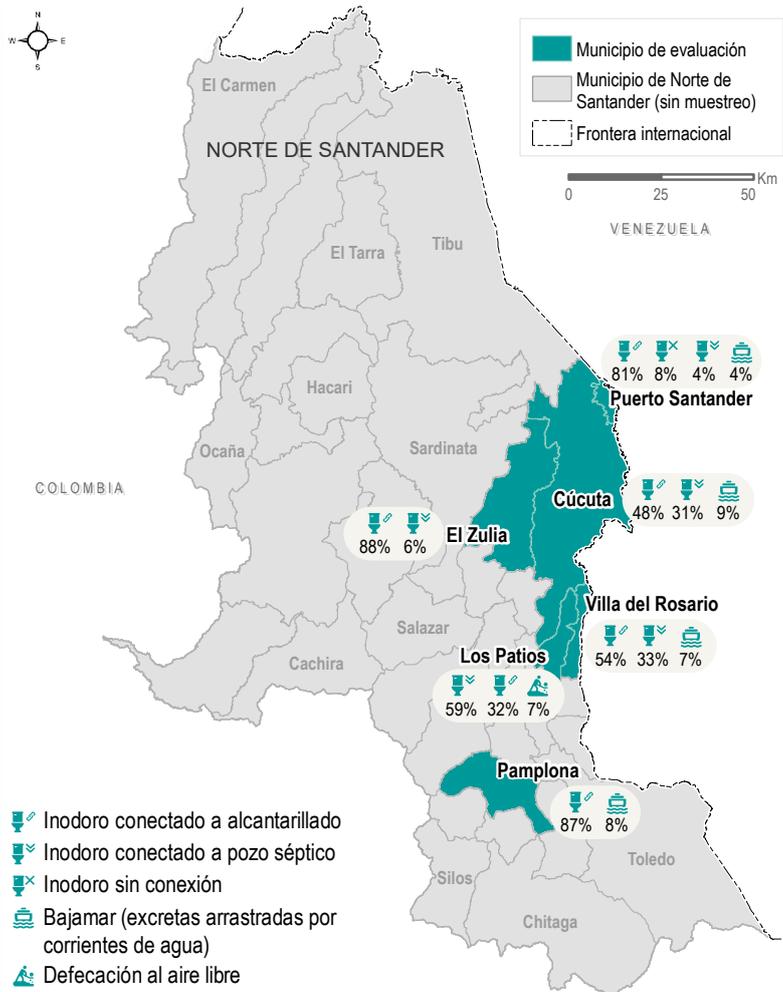
Continuidad del servicio de recolección de residuos sólidos

En la tabla presentada a continuación, se presentan los datos reportados sobre la regularidad del servicio de recolección de residuos sólidos en cada uno de los municipios evaluados. La escala de colores corresponde a la vulnerabilidad del hogar dada la frecuencia del servicio, entre más oscuro el color mayor la vulnerabilidad. De igual forma, la regularidad predominante en el municipio, se encuentra en negrita.

Municipio	Diariamente	De dos a tres veces por semana	Semanalmente	Cada 15 días	Cada mes
San José de Cúcuta		94% (117)	6% (7)	1%(1)	
Villa del Rosario	3%(1)	93% (37)	3% (1)	3% (1)	
Puerto Santander		74% (31)	7% (3)	14% (6)	5% (2)
Los Patios		94% (34)	6% (2)		
Pamplona		100% (81)			
El Zulia		97% (59)	3% (2)		



CARACTERÍSTICAS DEL MANEJO DE EXCRETAS SANITARIAS



Casos Particulares: (% de hogares)

Puerto Santander

- Inodoro conectado a pozo séptico **4% (2)**
- Bajamar **4% (2)**
- Defecación al aire libre **4% (2)**

Pamplona

- Sin servicio **2% (1)**
- Inodoro conectado a pozo séptico **1% (1)**

San José de Cúcuta

- Sin servicio **3% (4)**
- Inodoro sin conexión **4% (6)**
- Defecación al aire libre **1% (1)**

Villa del Rosario

- Sin servicio **4% (2)**
- Inodoro conectado a pozo séptico **6% (3)**
- Inodoro sin conexión **2% (1)**

El Zulia

- Sin servicio **2% (1)**
- Inodoro sin conexión **2% (1)**
- Bajamar **2% (1)**

Proporción de hogares que reportaron sobre el uso del servicio sanitario:

De uso exclusivo de las personas del hogar	93% (294)
Compartido con personas de otros hogares	5% (17)
Comunitario o compartido con otras unidades habitacionales	2% (6)



Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

Comerciantes



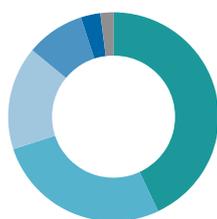
PRINCIPALES HALLAZGOS

- Se recolectó información en seis municipios: San José de Cúcuta, Pamplona, El Zulia, Los Patios, Puerto Santander y Villa del Rosario. En total se entrevistaron **180 comerciantes**.
- Un poco más de la mitad de los comerciantes reportaron en su mayoría efectos negativos del COVID-19 en los comercios.
- Las principales razones en los problemas de abastecimiento reportadas por el **27% (49)** de los comerciantes que presentaron esta dificultad en sus comercios, fueron: el agotamiento de estos productos por parte de los proveedores **35% (17)** y la detención de la producción de los proveedores **31% (15)**
- El alcohol y los tapabocas desechables fueron los productos reportados como con mayor dificultad de reabastecimiento y aumento de precios.



CARACTERÍSTICAS DE LOS COMERCIANTES

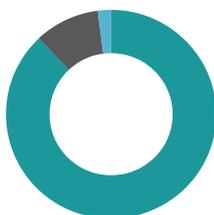
Tipos de comercios:



Tiendas de barrio	42% (76)
Droguería	27% (49)
Ferretería	16% (29)
Tiendas de abarrotes	9% (16)
Plazas de mercado	3% (5)
Cacharrería	2% (4)

Tipo de comerciantes:

Minoristas	88% (158)
Mayorista y minorista	10% (18)
Mayoristas	2% (4)



Minorista: venta directa a consumidores.
Mayorista: venta tanto a otros comercios como a consumidores.

Proporción de comerciantes según las categorías de productos que reportaron vender:¹¹

Productos de higiene personal	83% (149)
Productos para el hogar	46% (83)
Productos para el suministro de agua	31% (56)
Productos para el manejo de residuos en el hogar	19% (34)
Productos para el manejo de agua residual	12% (22)
Medicamentos	4% (7)

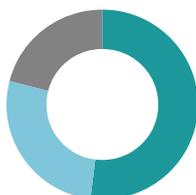
Clientes frecuentes reportados¹¹:

Colombianos del mismo barrio	76% (137)
Migrantes del mismo barrio	42% (75)



IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS COMERCIOS

Efecto del COVID-19 sobre los comercios reportado por los comerciantes:



Negativo	51% (92)
Positivo	27% (49)
No ha tenido efecto	21% (38)

¹¹ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%



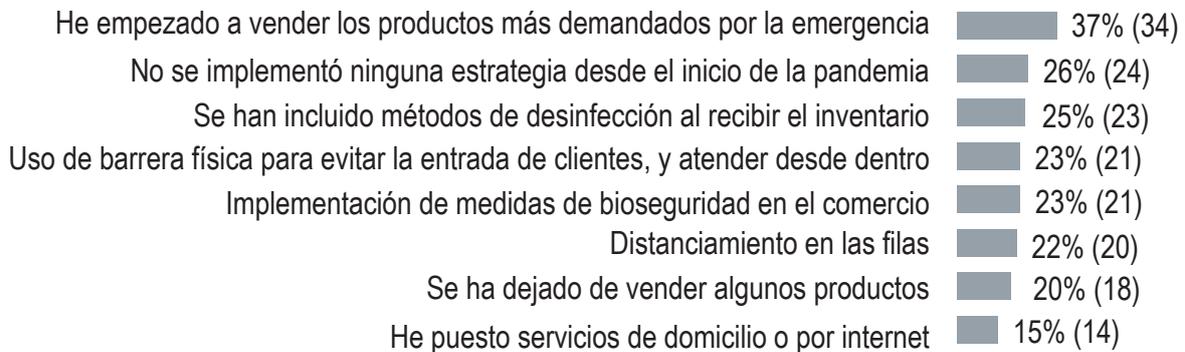
Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

De los 92 comercios que reportaron efectos negativos por el COVID-19, los principales fueron:¹²

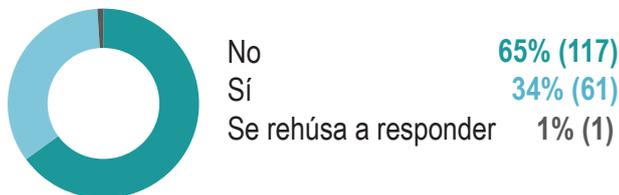


Medidas de afrontamiento reportadas como asumidas por los 92 comerciantes que reportaron efectos negativos de la pandemia:¹²

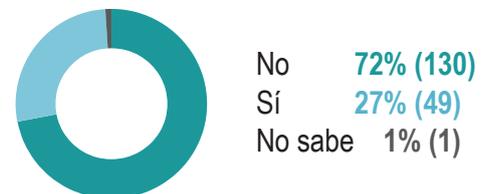


ESCASEZ EN LOS COMERCIOS

Proporción de comerciantes que reportaron haber tenido problemas de escasez en el mes previo a la recolección de datos en sus comercios:



Proporción de comerciantes que reportaron haber tenido problemas para reabastecerse en el mes previo a la recolección de datos en sus comercios:



Dificultades de abastecimiento:

- Los proveedores ya no tienen esos productos **35% (17)**
- Los proveedores han tenido que detener sus producciones **31% (15)**
- No tengo dinero suficiente para reabastecerme **29% (14)**
- El tiempo requerido entre el pedido y la entrega ahora es más largo **27% (13)**
- Hay escasez de transportistas **25% (12)**
- Las condiciones de las vías no permiten que los productos lleguen **20% (10)**

¹² Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

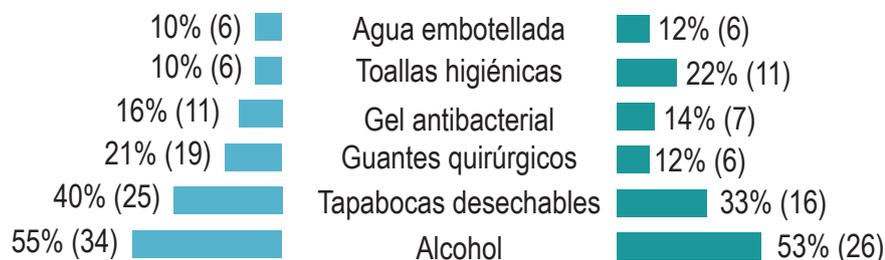


Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

Productos de mayor escasez reportados por los 62 comerciantes que manifestaron escasez:¹³

*Se agrega información para los dos productos adicionales, solo con fines comparativos, ya que no se encuentran entre los más reportados.

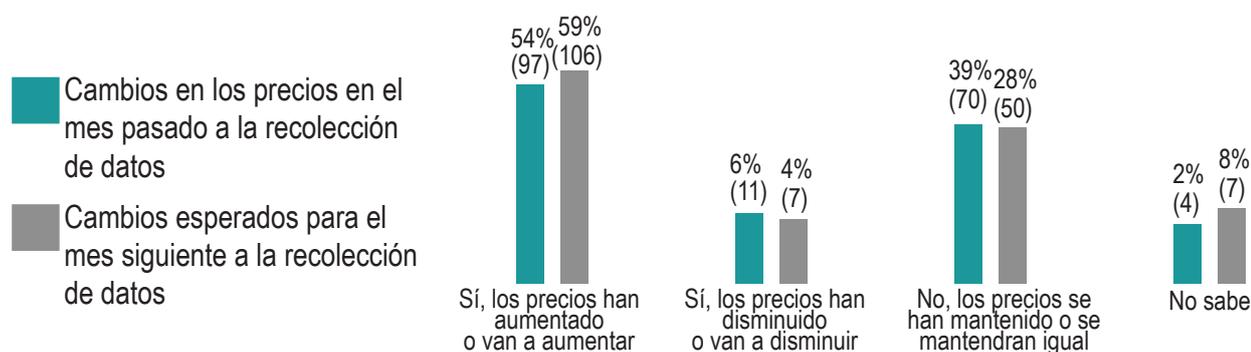


Artículos con mayor dificultad para ser reabastecidos reportados por los 54 comerciantes que manifestaron problemas de reabastecimiento:¹³

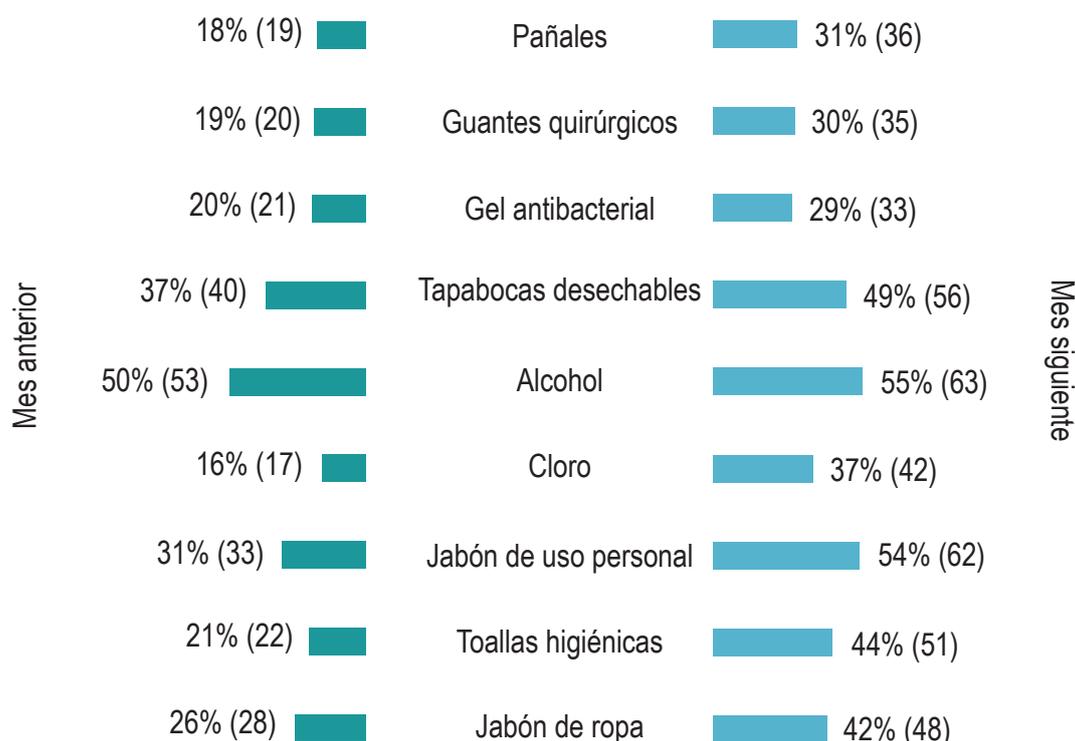


CAMBIOS EN LOS PRECIOS

Cambios en los precios reportados por los comerciantes:¹³



Productos reportados como mayormente afectados por los cambios en los precios en el mes anterior y en el mes siguiente a la recolección de los datos, por los comerciantes que reportaron un cambio en los precios en el mes previo (107) o en el mes siguiente (115) a la recolección de los datos:¹³



¹³ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

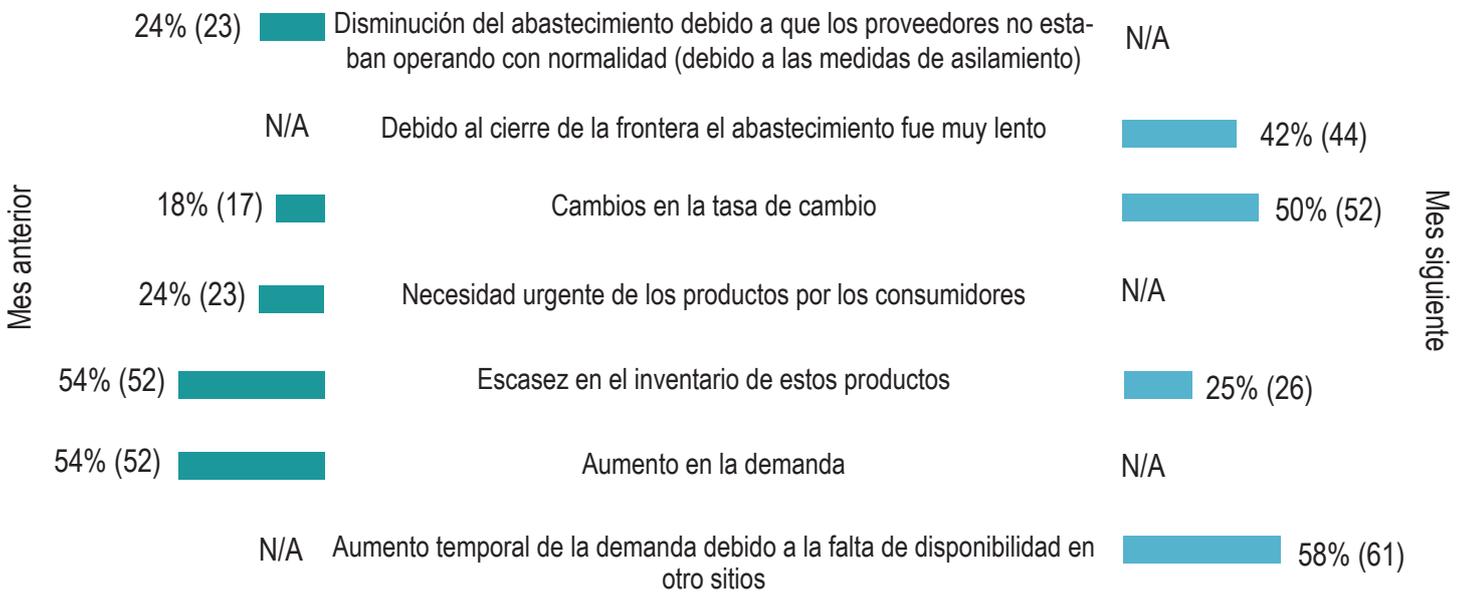


Evaluación del mercado WASH

Norte de Santander

Principales razones manifestadas por los comerciantes que reportaron que los precios han aumentado en el mes previo (97) o van a aumentar (105) en el mes siguiente a la recolección de los datos:¹⁴

* No hay información para todas las opciones debido a que no todas las opciones estaban presentes en ambas preguntas.



Principales medidas de afrontamiento reportadas como implementadas por los 97 comerciantes que reportaron un aumento de los precios en el mes previo a la recolección:

- Comprar las marcas más baratas de ese producto **41% (40)**
- No implementa ninguna estrategia **36% (35)**



COMPARACIÓN CON LA INFORMACIÓN REPORTADA POR LOS CONSUMIDORES

En los resultados de los consumidores se observó que el **alcohol** y el **gel antibacterial** fueron los productos reportados como con mayor dificultad de compra, esto se corroboró, para el caso del alcohol, con la información dada por los comerciantes pues junto con los **tapabocas desechables**, fueron los productos reportados con mayor escasez y dificultad de abastecimiento.

Prestadores de servicios



PRINCIPALES HALLAZGOS

- Se recolectó información en seis municipios: San José de Cúcuta, Pamplona, El Zulia, Los Patios, Puerto Santander y Villa del Rosario.
- En total se realizaron **29 entrevistas a prestadores de servicios, 22 miembros de empresas prestadoras del servicio de agua y 7 miembros de empresas prestadoras del servicio de aseo.**
- Según lo reportado por los prestadores de servicios de aseo, el COVID-19 no generó ningún efecto sobre la prestación del servicio (43%). En el caso de los prestadores del servicio de agua, la mayoría reportó que el efecto había sido positivo (36%) o que no había habido ningún efecto (36%).
- La mayoría de prestadores (25) consideró que los precios se habían mantenido estables desde el inicio de las medidas

¹⁴ Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.



Evaluación del mercado WASH Norte de Santander



CARACTERÍSTICAS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

Tipos de prestadores de servicios:



Privado 45% (13)
Público 24% (7)
Comunitario 31% (8)

7 prestadores de aseo

18 prestadores de agua

Dato clave:

Rural formalizado son los servicios que operan en el área rural y son reconocidos por la Superintendencia de Servicios Públicos.

Zonas en las que prestaban el servicio reportadas por los prestadores:

Aseo : 7 urbanos
Agua : 21 urbanos
1 rural formalizado

Frecuencia del servicio:

- **Diariamente:** reportada por el 68% de los prestadores de agua y 43% de los de aseo.
- **De dos a tres veces por semana:** reportada por el 27% de los prestadores de agua y 43% de los de aseo.



IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

Efectos reportados por los prestadores de servicios como consecuencia del COVID-19:

Servicio de aseo



Negativo 2
Positivo 2
No ha tenido ningún cambio 3

Servicio de agua



Negativo 6
Positivo 8
No ha tenido ningún cambio 8

Efectos positivos reportados:

- **Debido al aumento de la demanda, se amplió la cobertura a zonas donde antes no se iba.** Reportado por un prestador de aseo y tres de agua.
- **La demanda del servicio aumentó, más personas quieren que se les recolecte la basura.** Reportado por un prestador de aseo y dos de agua.

Efectos negativos reportados:

- **La demanda del servicio disminuyó**
Reportado por un prestador de agua y uno de aseo.
- **Las personas a las que les doy el servicio me quedan debiendo.**
Reportado por un prestador de agua y dos de aseo.
- **Los protocolos de bioseguridad implican un gasto adicional.**
Reportado por un prestador de agua y dos de aseo.

Medidas de afrontamiento asumidas por los cuatro prestadores de servicios que reportaron efectos negativos del COVID-19:

Aseo

- Pedir ayuda al gobierno o organizaciones en el territorio (1)

Agua

- Se solicitaron ayudas del sector humanitario (1)
- Se va menos veces para evitar el gasto de combustible y reducir el riesgo de contagio (2)
- Se sigue trabajando con recursos propios (2)

Ayudas del gobierno:

Aseo: ninguno afirmó haberla recibido

Agua: tres afirmaron haberla recibido



Evaluación del mercado WASH Norte de Santander



La mayoría de los prestadores de servicios (**5 prestadores de aseo y 20 de agua**) manifestaron que **los precios se habían mantenido iguales** y esperaban que siguieran de la misma forma en los próximos meses.

Dato importante:

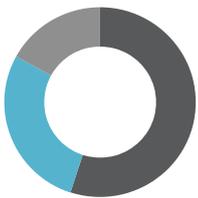
Todos los prestadores de servicios encuestados hacían parte de empresas privadas o públicas, ninguno prestaba un servicio informal. Adicionalmente, algunos hacían parte de la misma empresa pero en diferentes etapas del proceso, lo cual brinda diferentes puntos de vista sobre la situación.



PRESTADORES DE SERVICIOS COMO CONSUMIDORES

Se les preguntó a los prestadores de servicios su perspectiva como consumidores de productos necesarios para prestar el servicio. Ante esta pregunta, la mayoría de los prestadores de servicios (24 de 29) manifestaron haber tenido en los meses previos a la recolección, **acceso sin problema a los mercados en los cuales se aprovisionaban**.

Cambios reportados por los prestadores como esperados en los precios de los productos necesarios para prestar el servicio en el mes próximo a la recolección:



Sí, los precios van a aumentar	16
No, los precios se van a mantener iguales	8
No sabe	5

Sin embargo, los prestadores que manifestaron tener el algún inconveniente, mencionaron que era por:

- La **época de lluvias** en la que se estaba dificultaba el transporte (**2**).
- No se cuenta con el **dinero** para pagar el **transporte público** para llegar a esa tienda o mercado (**2**)
- No se cuenta con los **recursos financieros** para ir a la tienda (**2**)

Productos cuyo precio se esperaba que aumentara en el mes siguiente a la recolección de datos, mayormente reportados por los prestadores de servicios:

- Tuberías (9)
- Cloro (8)
- Apliques de tubería (7)
- Pegamento de tubería (6)
- Mangueras (6)
- Micromedidores (6)
- Filtros (5)
- Bolsas de basura (4)
- Guantes (4)
- Cepillos (3)
- Materiales de mampostería y construcción (3)
- Tanques de almacenamiento (3)
- Gasolina (3)
- Compactadores (1)
- Llantas (1)
- Piedra alumbre (1)

Acerca de las respuestas de REACH al COVID-19

Como una iniciativa desplegada en varios países vulnerables y afectados por crisis, REACH está preocupado por el devastador impacto que la pandemia de COVID-19 puede tener en las millones de personas afectadas a las que busca servir. Actualmente, REACH está trabajando en colaboración con los diferentes Cash Working Groups y socios para ampliar la programación en respuesta a esta pandemia, con el objetivo de identificar formas prácticas de informar las respuestas humanitarias en los países donde opera. El monitoreo y evaluación de los mercados relevantes al COVID-19 representan un sector clave a través del cual REACH puede aprovechar de su experiencia para ayudar a los actores humanitarios a comprender el impacto de la evolución de las restricciones en los mercados y el comercio. Las actualizaciones sobre la respuesta de REACH al COVID-19 pueden encontrarse en el sitio web de [REACH](https://reach.org), en el foro de discusión dedicado. Para obtener más información puede comunicarse con geneva@impact-initiatives.org.