

Evaluación de mercados WASH

Diciembre 2020

Agenda

1. Resumen general
2. Resultados: Consumidores
3. Resultados: Comerciantes
4. Resultados: Prestadores de servicios
5. Preguntas y retroalimentación

Resumen general



Objetivos de investigación:

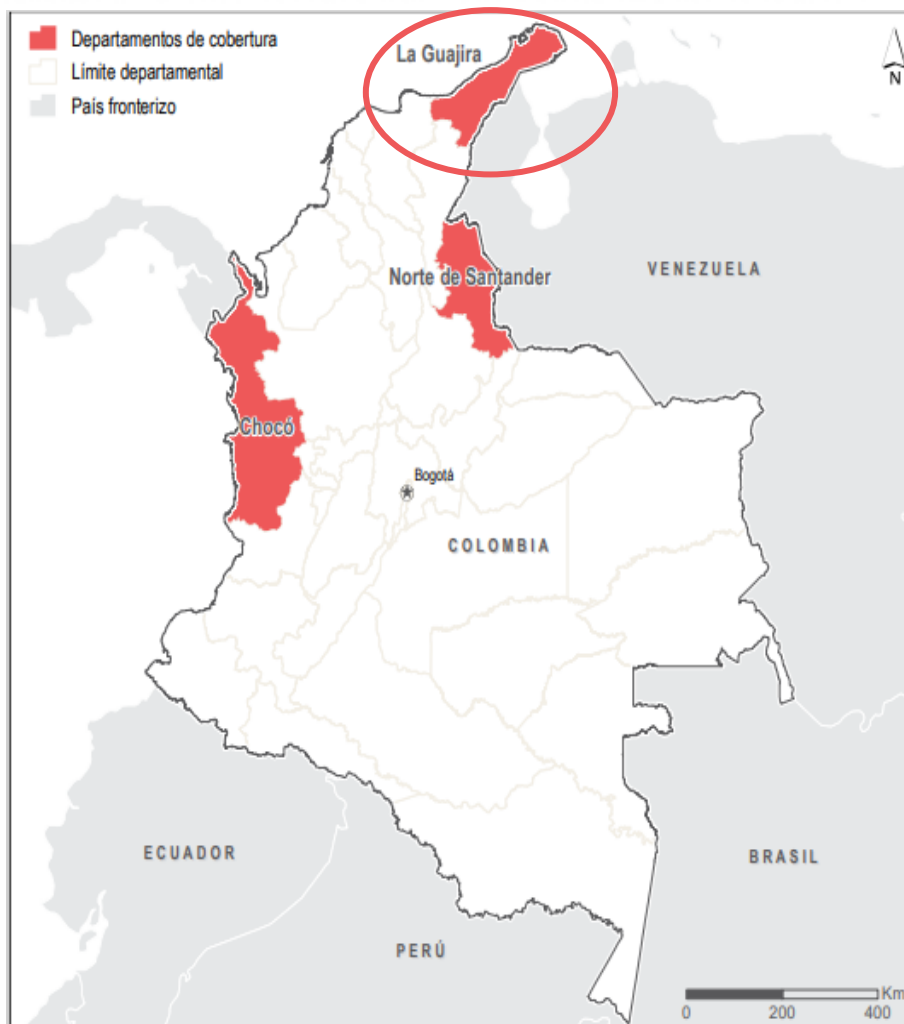
1. Evaluar la **funcionalidad, cambios de precios y dinámicas de mercado ligadas al sector WASH.**
2. Entender **cambios en hábitos de consumo y estrategias de afrontamiento asumidas tras la pandemia del COVID-19** dentro de los contextos específicos de cada departamento.
3. Proporcionar información a los programas de **intervención humanitaria en el sector de WASH.**
4. Desarrollar **recomendaciones, en colaboración con los miembros del clúster WASH,** con el fin de fortalecer la programación basada en mercados y transferencias monetarias



Metodología:

- Cuestionario cuantitativo → entrevistas consumidores, comerciantes y prestadores de servicios.
- Un mínimo de 4 encuestas por producto de interés por municipio cubierto
- 20 encuestas mínimo a consumidores por municipio
- 1 encuesta mínimo a cada tipo de prestador de servicios
- 4 semanas de recolección.
- Recolección presencial por los equipos de REACH y algunos socios. Y recolección telefónica por algunos socios participantes.

Resumen general: cobertura



Período de recolección de información

13 de noviembre – 4 de diciembre 2020



Población de interés

Comerciantes:

Minoristas/mayoristas (venta a los consumidores y a otros comerciantes)

Hogares: elegidos aleatoriamente / beneficiarios de programas de los socios

Prestadores de servicios: agua y aseo

4 Socios participantes

7 Municipios cubiertos

205 Consumidores entrevistados

142 Comerciantes entrevistados

8 Prestadores de servicios

Resumen general: limitaciones



1.) **Las conclusiones 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.

2.) Debido a que la muestra fue recolectada tanto por los equipos de REACH como por los equipos de los socios, existe una diferencia en la intencionalidad de la muestra de consumidores.

- La muestra de REACH fue elegida aleatoriamente teniendo en cuenta el índice de vulnerabilidad del DANE.
- La muestra recolectada por los socios, los consumidores se consideraron los beneficiarios de sus programas.

3.) Las conclusiones se basan en respuestas auto informadas y, por lo tanto, **están sujetas a cierto grado de sesgo**.

Resultados: consumidores de productos y servicios WASH

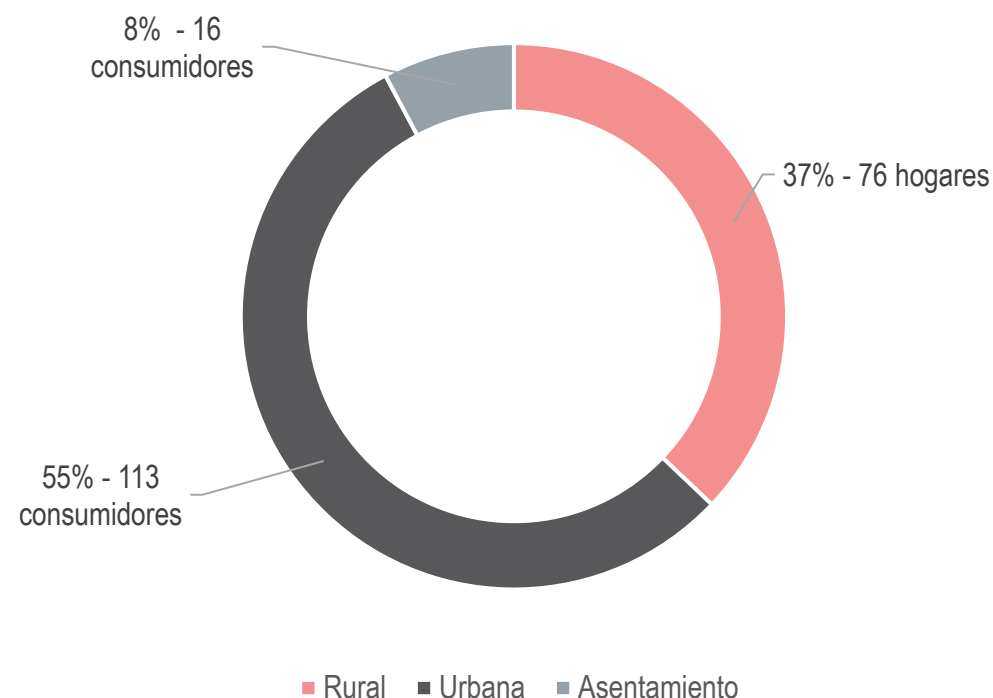


Consumidores: aspectos generales

Municipios donde se realizó recolección

- Riohacha → 55 consumidores
- Manaure → 20 consumidores
- Maicao → 4 consumidores
- Fonseca → 55 consumidores
- Dibulla → 19 consumidores
- San Juan del Cesar → 32 consumidores
- Uribia → 20 consumidores

Ubicación del hogar



N= 205

Consumidores: aspectos generales

Composición del hogar



Los hogares encuestados están conformados en promedio por **5 personas**.

Etnia

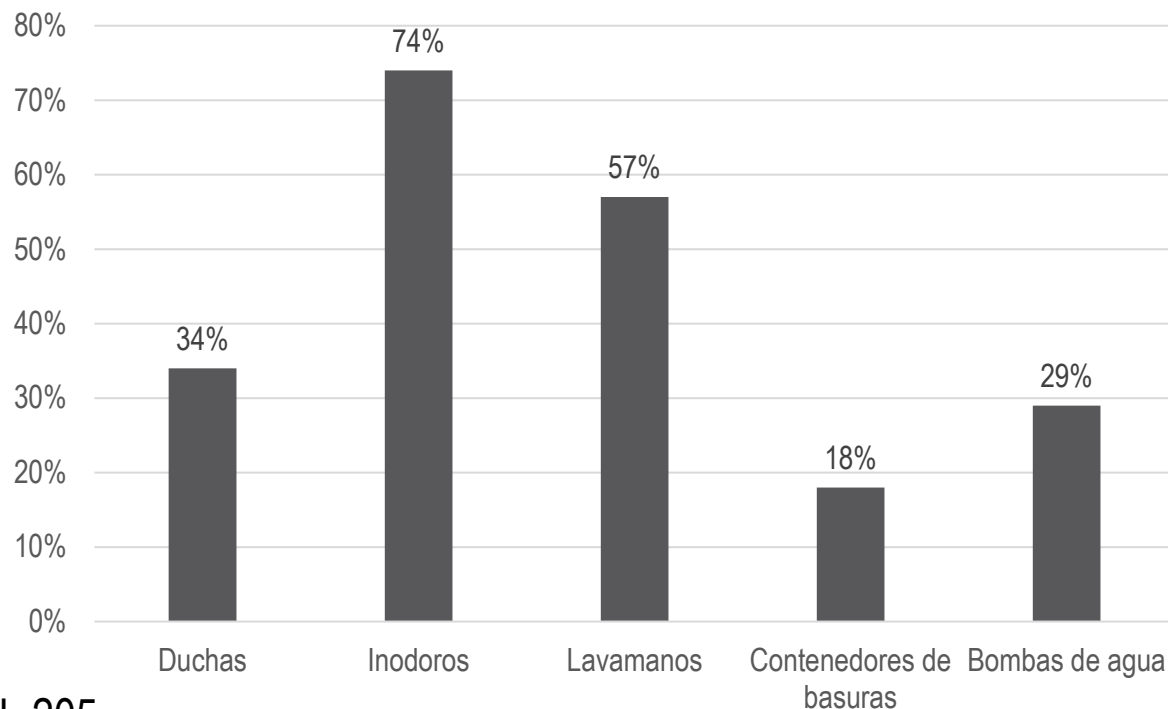
Un poco más de la mitad de los hogares (**54%**) manifestaron no hacer parte de una etnia en particular. Sin embargo, un **32%** manifestó ser de **etnia indígena** y un **14%** de ser **negro, mulato, afrodescendiente o afroamericanos**.

Nacionalidad

Casi todos los hogares (**85%**) manifestaron ser de **nacionalidad colombiana** y solo un **24%** de ser de **nacionalidad venezolana**.

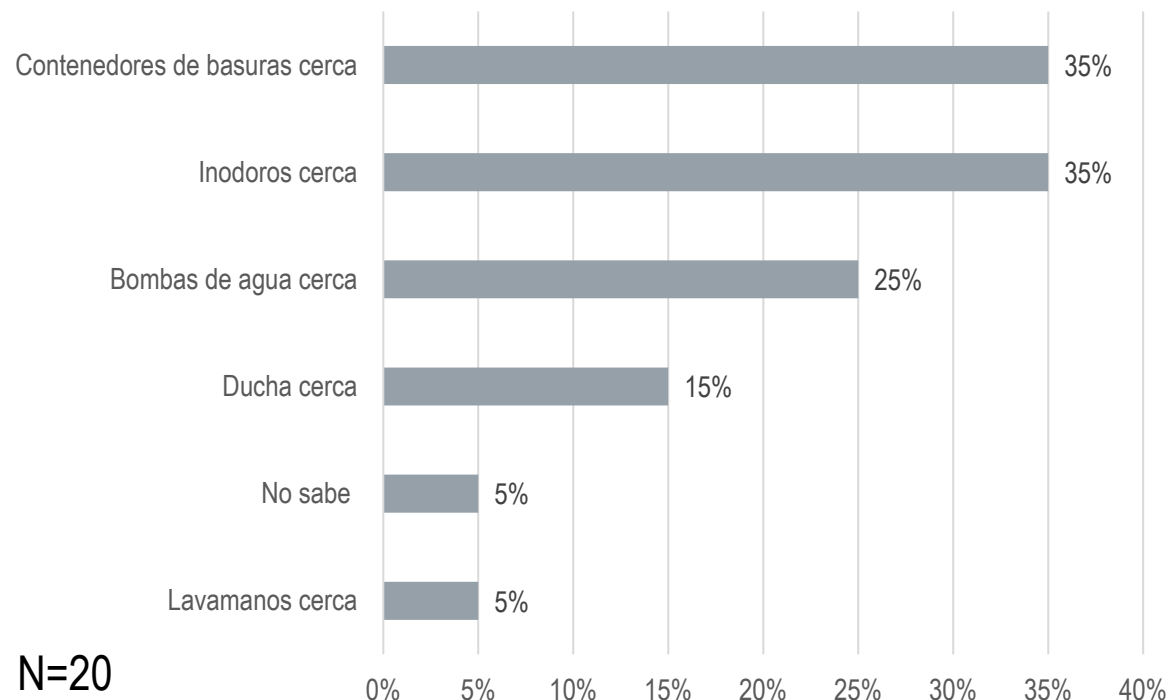
Consumidores: Equipamientos del hogar

Equipamientos con los que cuenta el hogar según los hogares encuestados:*



N=205

Equipamientos cerca reportados por quienes no cuentan con alguno de los equipamientos en su hogar:*

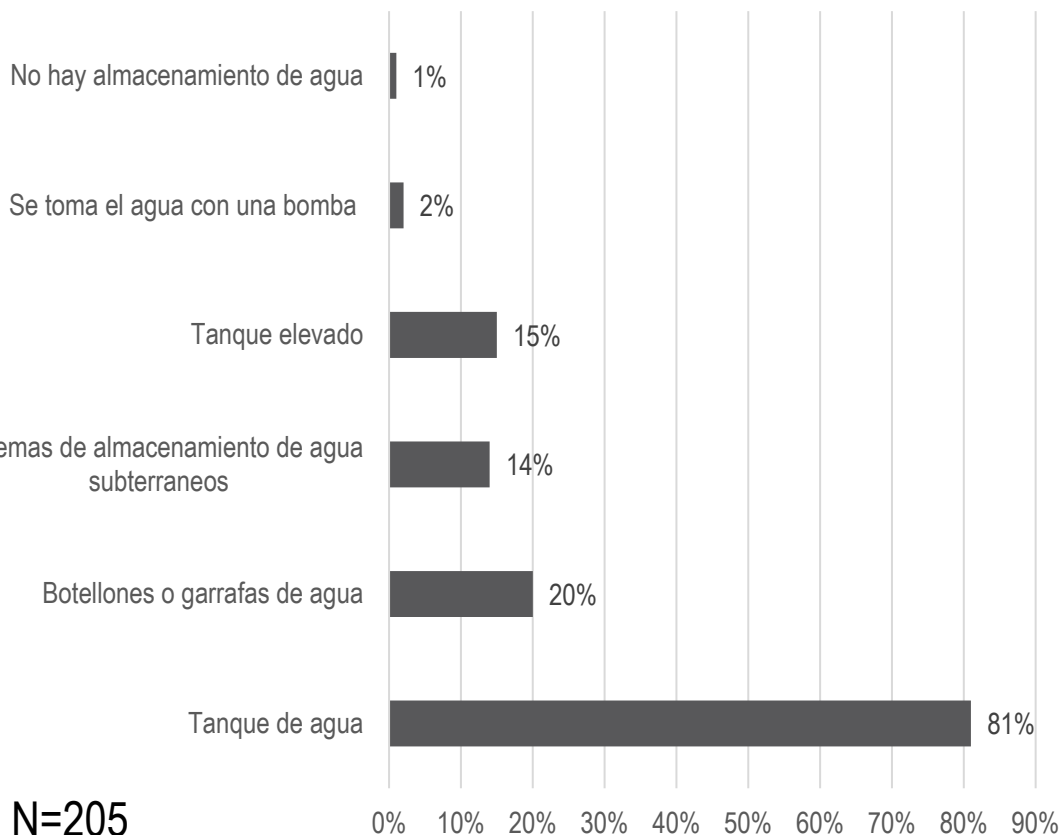


N=20

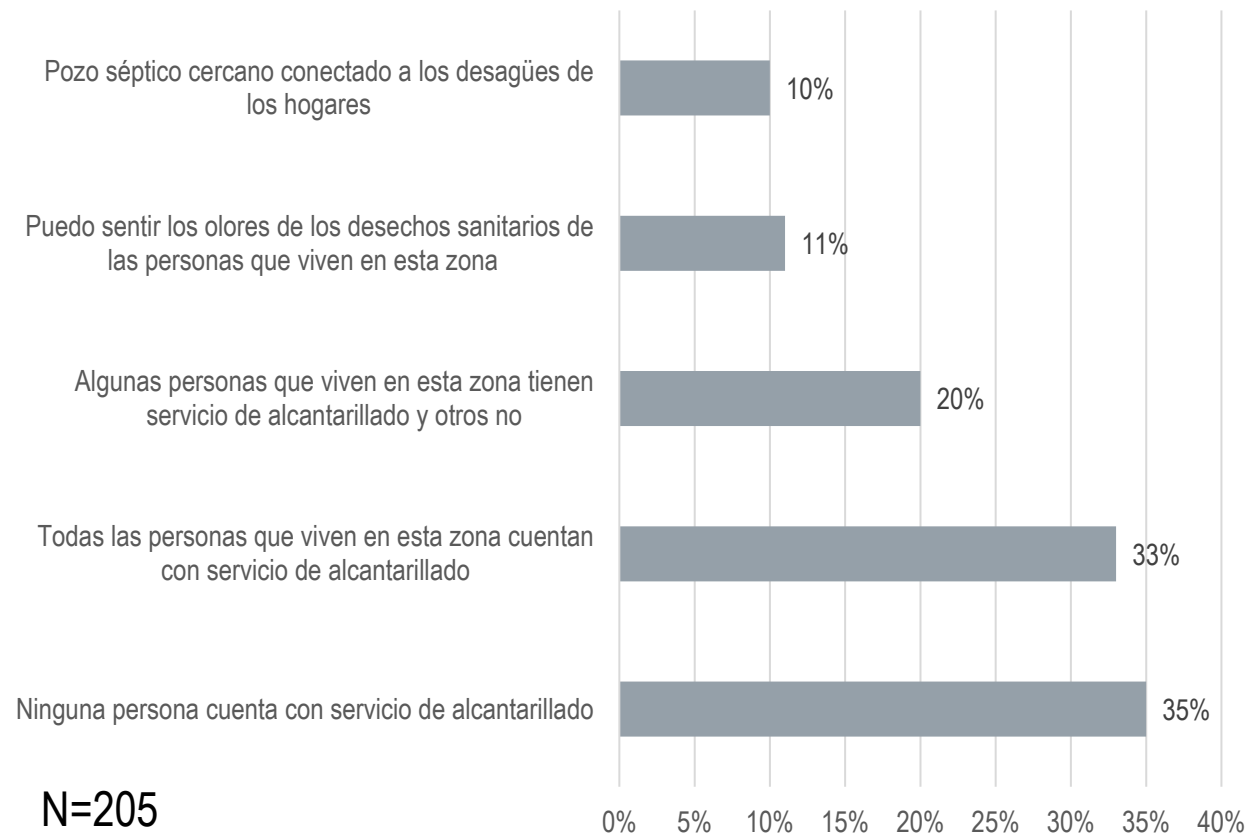
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Consumidores: Aspectos generales del hogar

Almacenamiento de agua*:



Manejo de aguas residuales*:

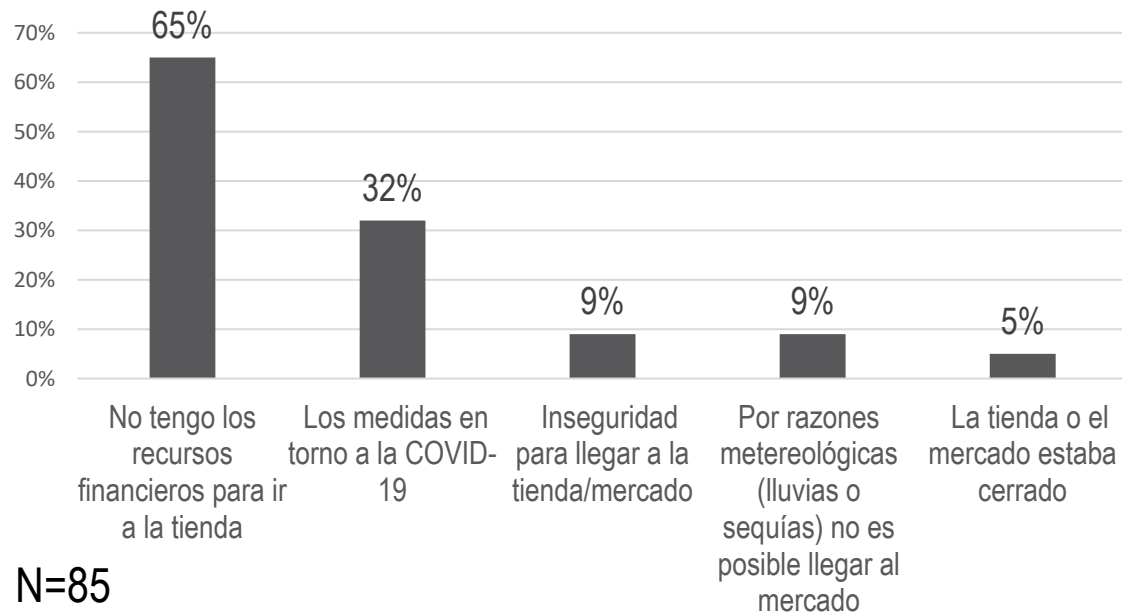


* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

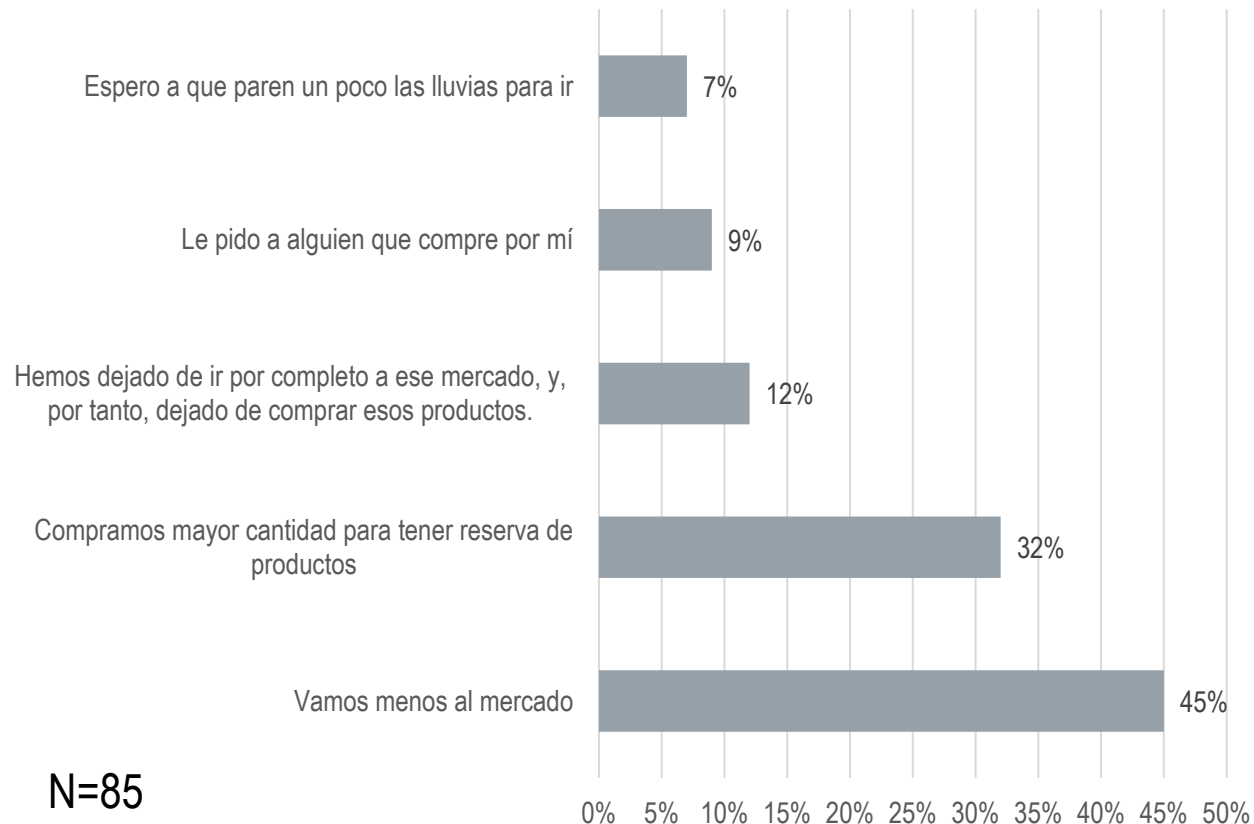
Consumidores: Acceso al mercado

El **58%** de los consumidores encuestados manifestaron haber tenido **dificultades de acceso al mercado en los últimos 7 días** previos a la realización de la encuesta.

Cinco principales razones reportadas por las cuales no pudieron acceder al mercado en los últimos 7 días:

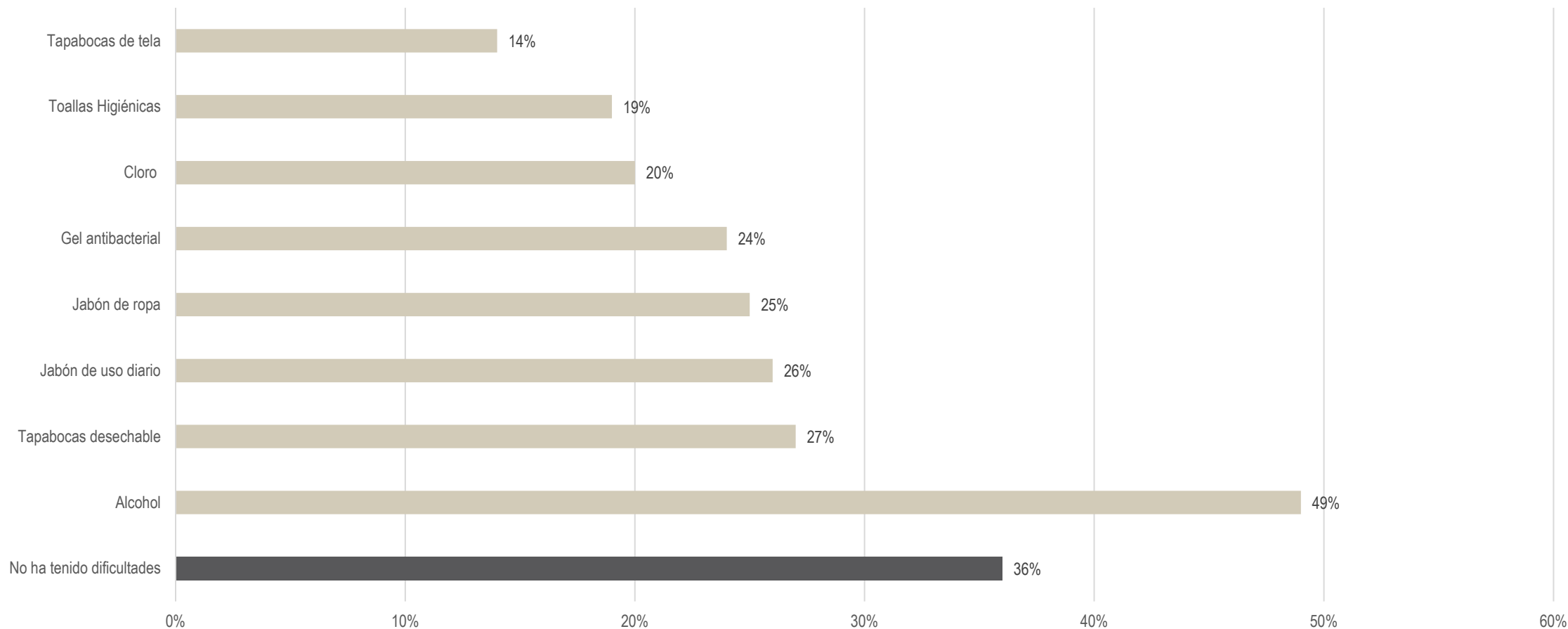


Medidas de afrontamiento más reportadas ante la falta de acceso al mercado en los últimos 7 días:



Consumidores: Productos con dificultad de compra

Productos mayormente reportados con dificultades para comprarlos en el último mes:*



N=132

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

Consumidores: Dificultades compra de productos

Las tres razones manifestadas como **dificultades para la compra**, en el último mes, de estos productos fueron:

1. Los productos que yo quiero no están disponibles en las tiendas o mercados 21%.
2. Los productos que quiero han subido de precio o están demasiado costosos 39%.
3. No tengo los recursos financieros para comprar este producto 55%.

Las dos formas de afrontamiento reportadas, ante las dificultades de compra en el último mes, fueron:

1. Ahora se compra de una marca más barata 64%.
2. Se reemplazó el producto, por uno diferente, que cumpla una función similar 30%.

Cambio de Ingresos

Casi todos los hogares (94%) reportaron que el cambio en sus ingresos en último mes, se debió a:

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

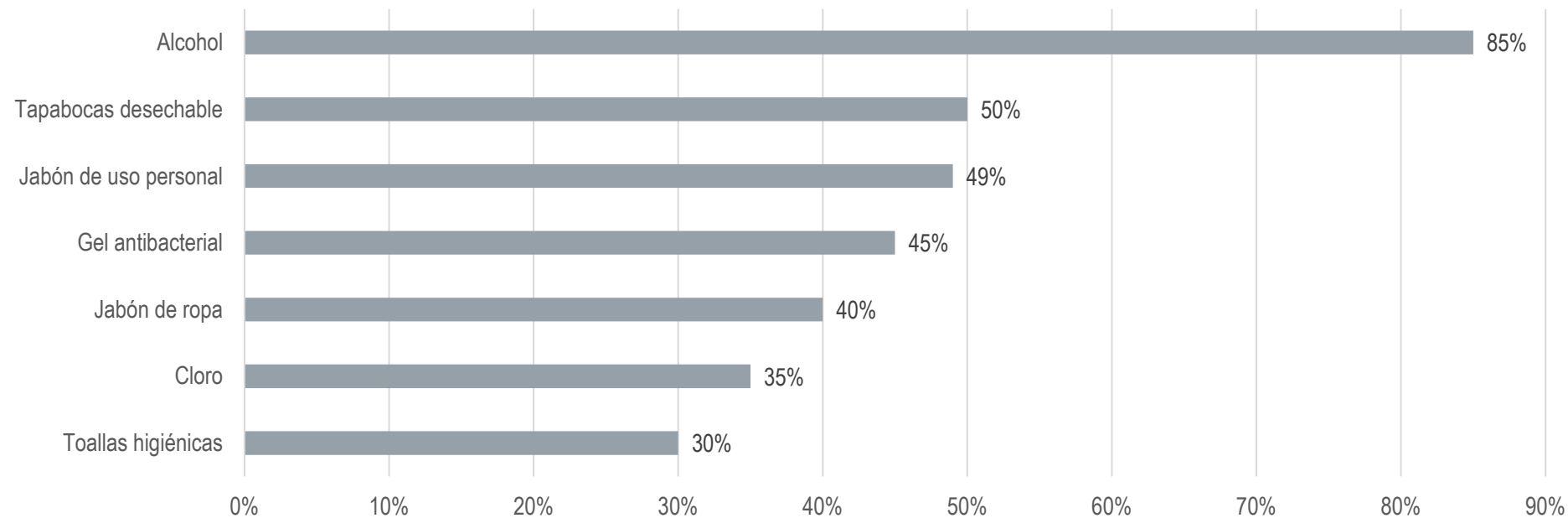
Caso especial: Fonseca → cese de las actividades en la mina El Cerrejón.

Consumidores: Aumento de precios

El **82%** de los hogares reportó que los precios habían aumentado en el último mes, y sus medidas de afrontamiento más reportadas fueron:

1. **Ahora, compramos de una marca más barata de ese producto 75%.**
2. **Reemplazar el producto, por uno diferente, que cumpla una función similar 33%.**

Productos mayormente afectados por los precios*

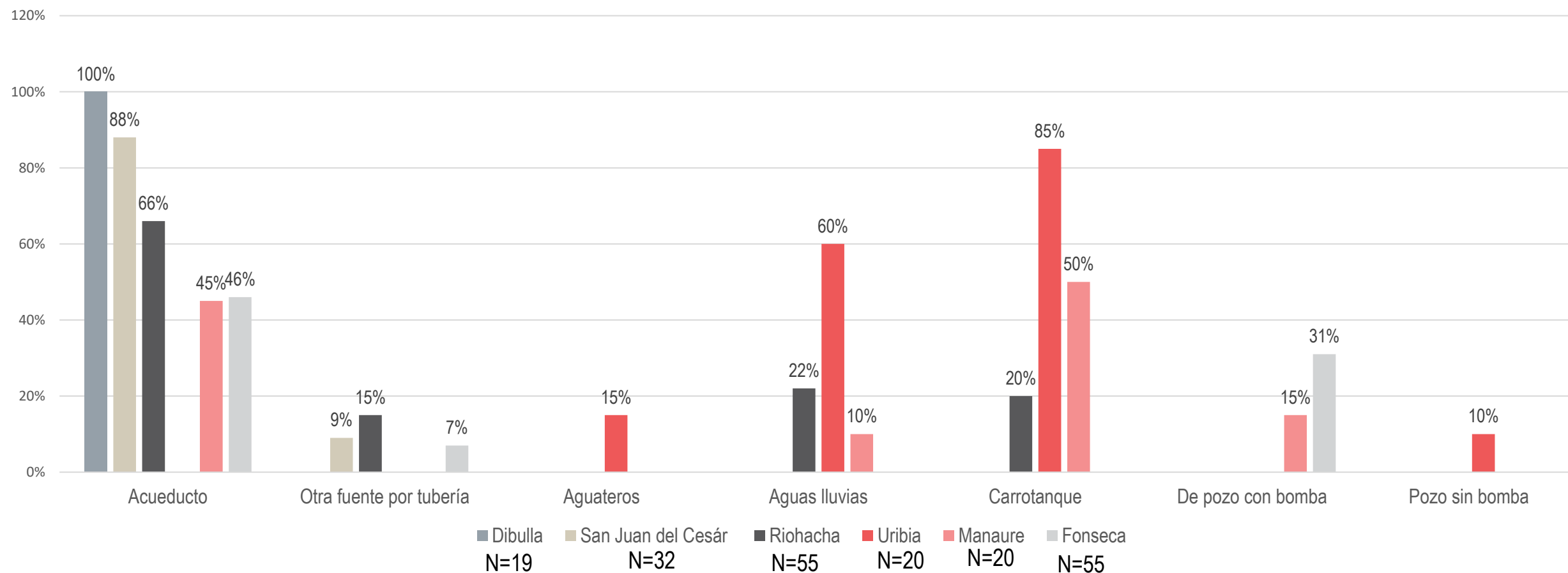


N=168

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

Consumidores: Servicio de agua

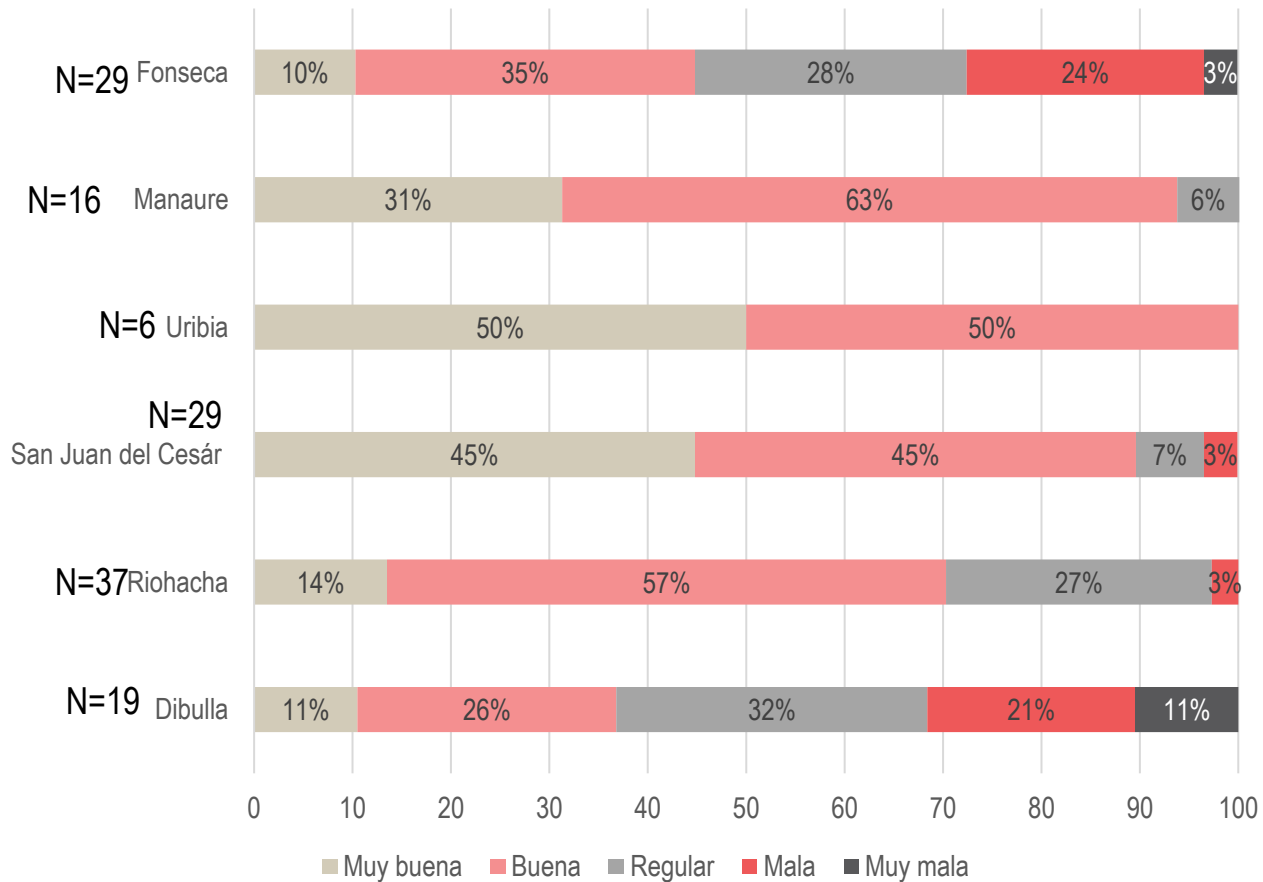
Modalidades de acceso al servicio de agua por municipio*:



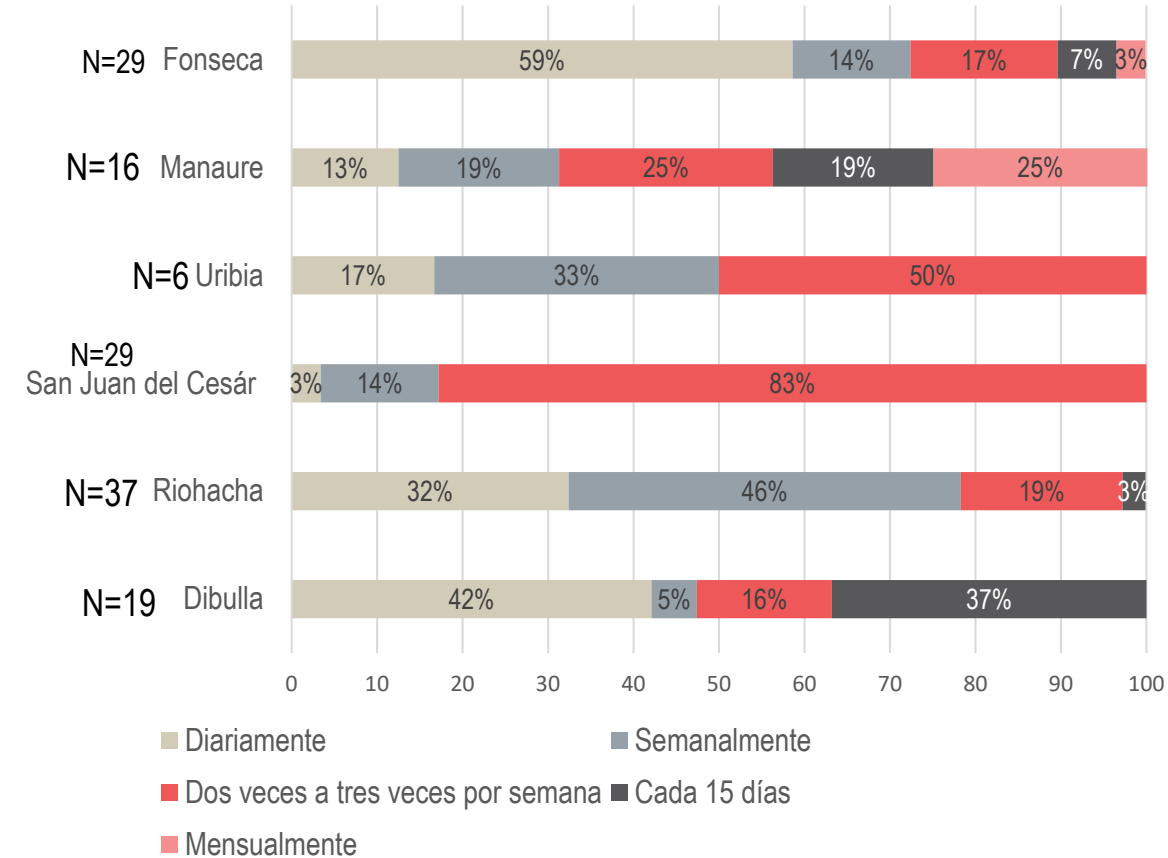
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Consumidores: Características del servicio del agua antes de la pandemia

Calidad del agua reportada por los consumidores:

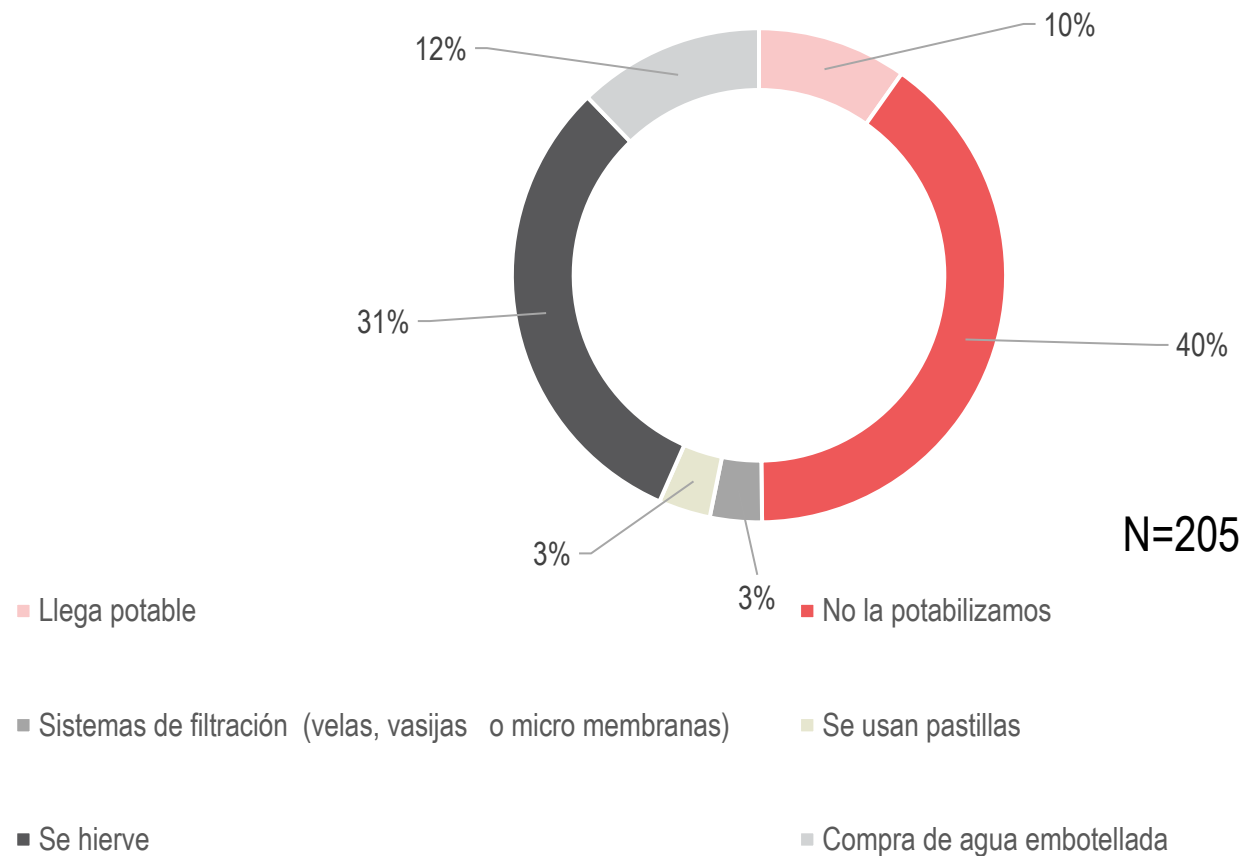


Regularidad del servicio



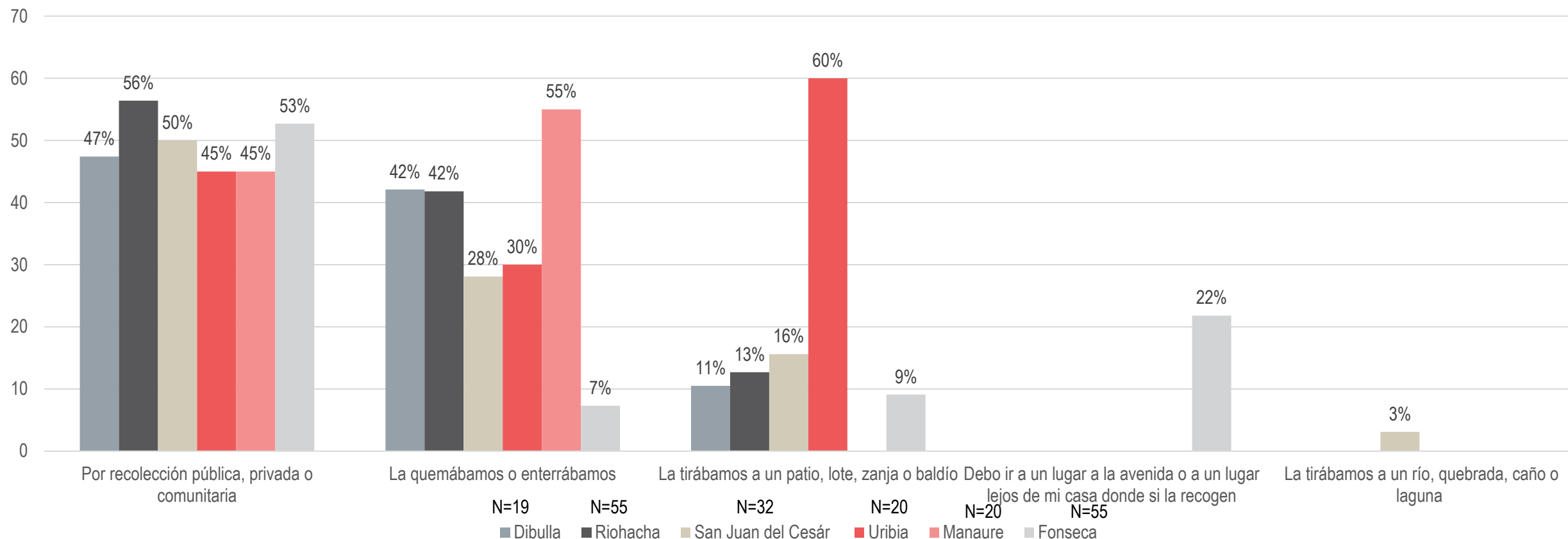
Consumidores: Potabilización del agua

Potabilización del agua



Consumidores: Modalidades del servicio de recolección de basuras

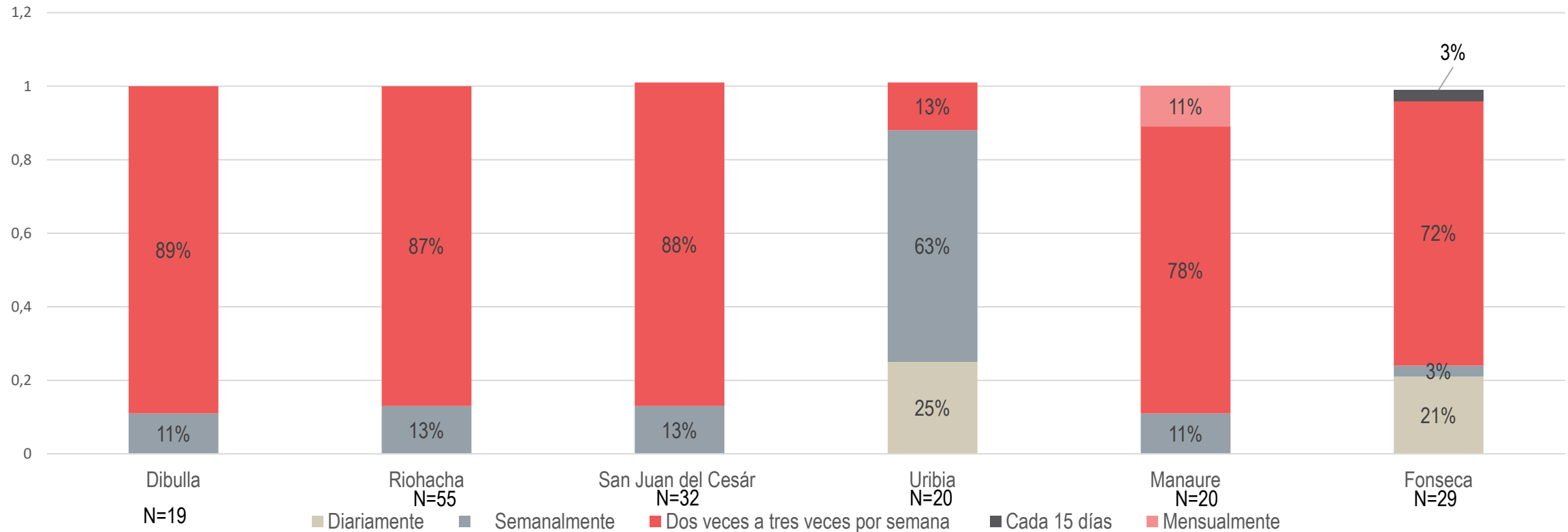
Modalidad del servicio de recolección de basuras*:



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

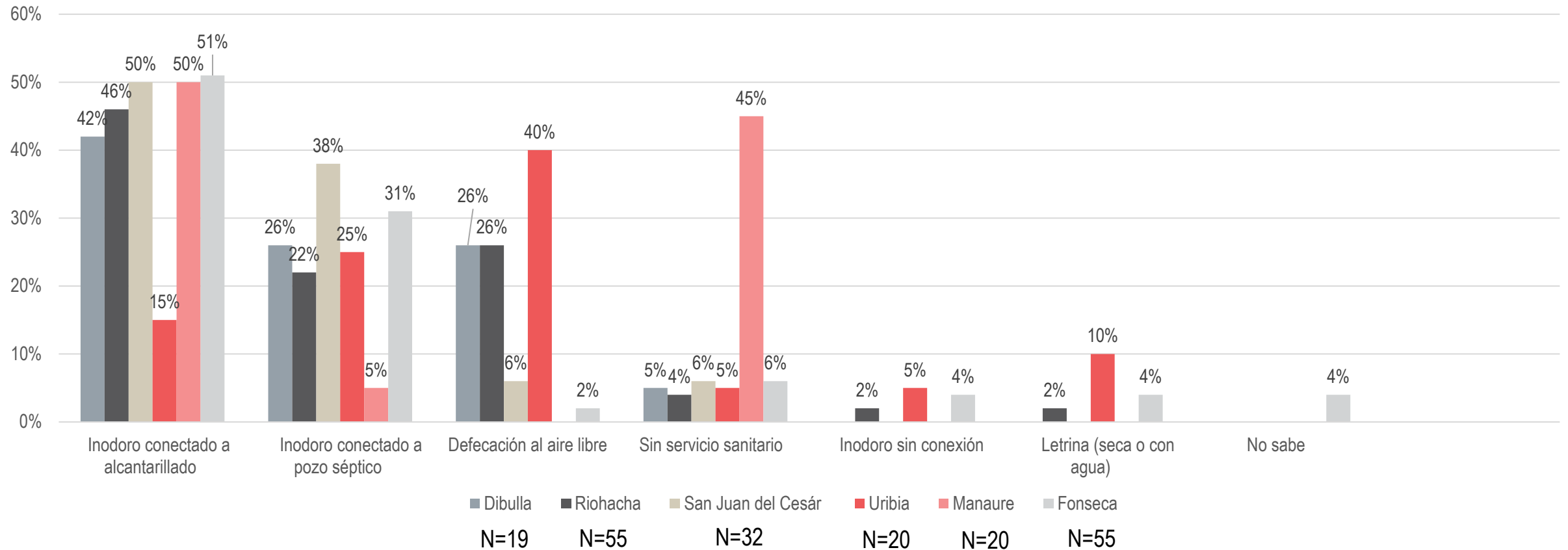
Consumidores: Regularidad del servicio antes de la pandemia

Regularidad del servicio de recolección de basuras:



Consumidores: Servicio de alcantarillado

Modalidad del servicio sanitario:





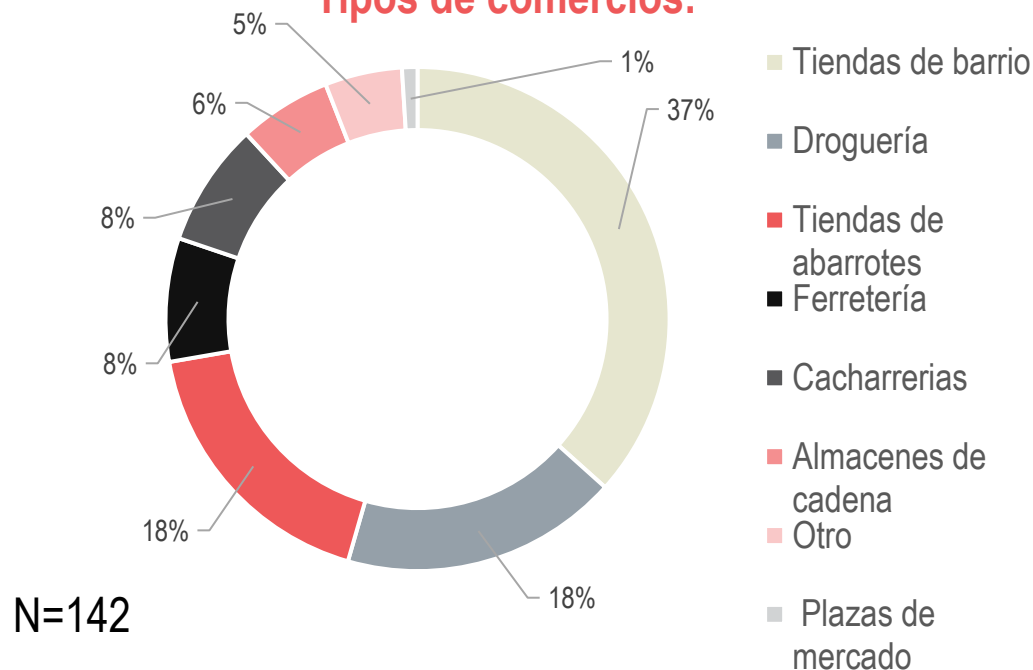
Resultados: comerciantes de productos WASH

Comerciantes: Aspectos Generales

Municipios de recolección:

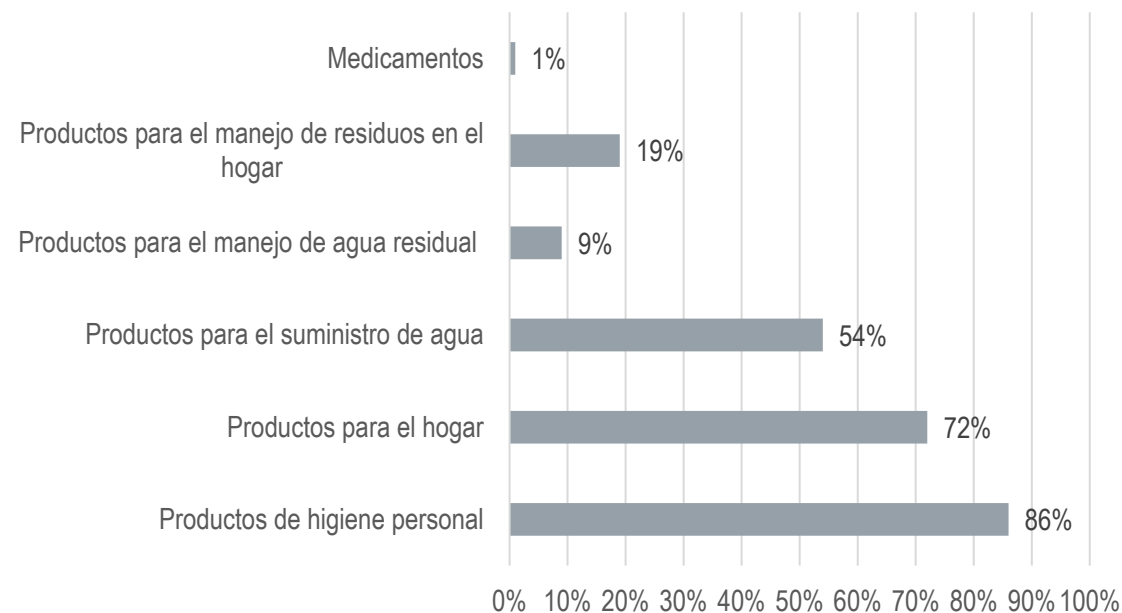
- Riohacha → 26 comerciantes
- Manaure → 1 comerciantes
- Maicao → 6 comerciantes
- Fonseca → 40 comerciantes
- Dibulla → 21 comerciantes
- San Juan del Cesar → 39 comerciantes
- Uribia → 20 comerciantes

Tipos de comercios:



La mayoría de los comerciantes **fueron minoristas (71%)**, únicamente un 3% **fueron mayoristas** y un 26% **fueron comerciantes tanto mayoristas como minoristas**.

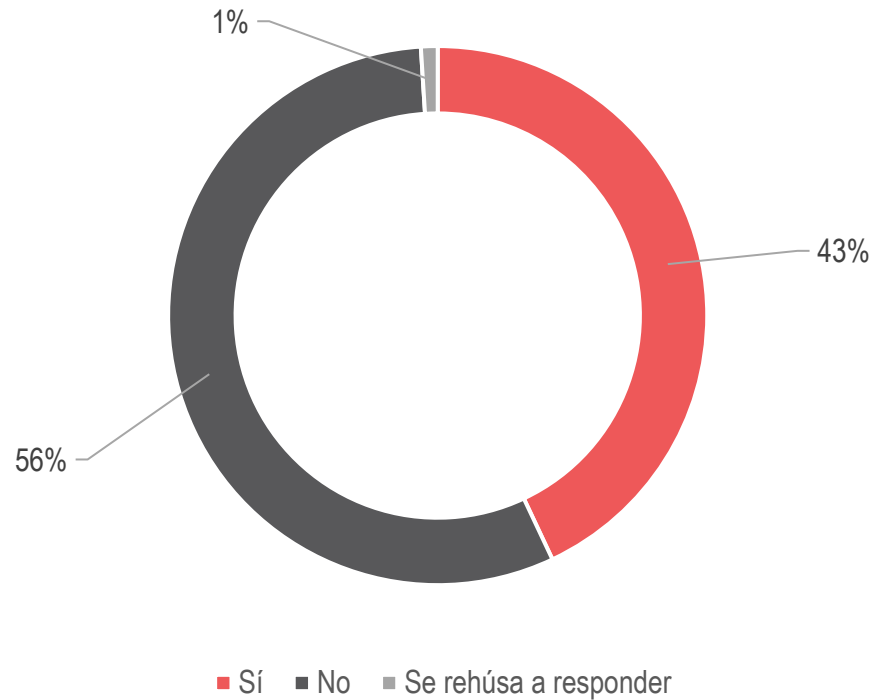
Categorías de productos vendidos:*



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

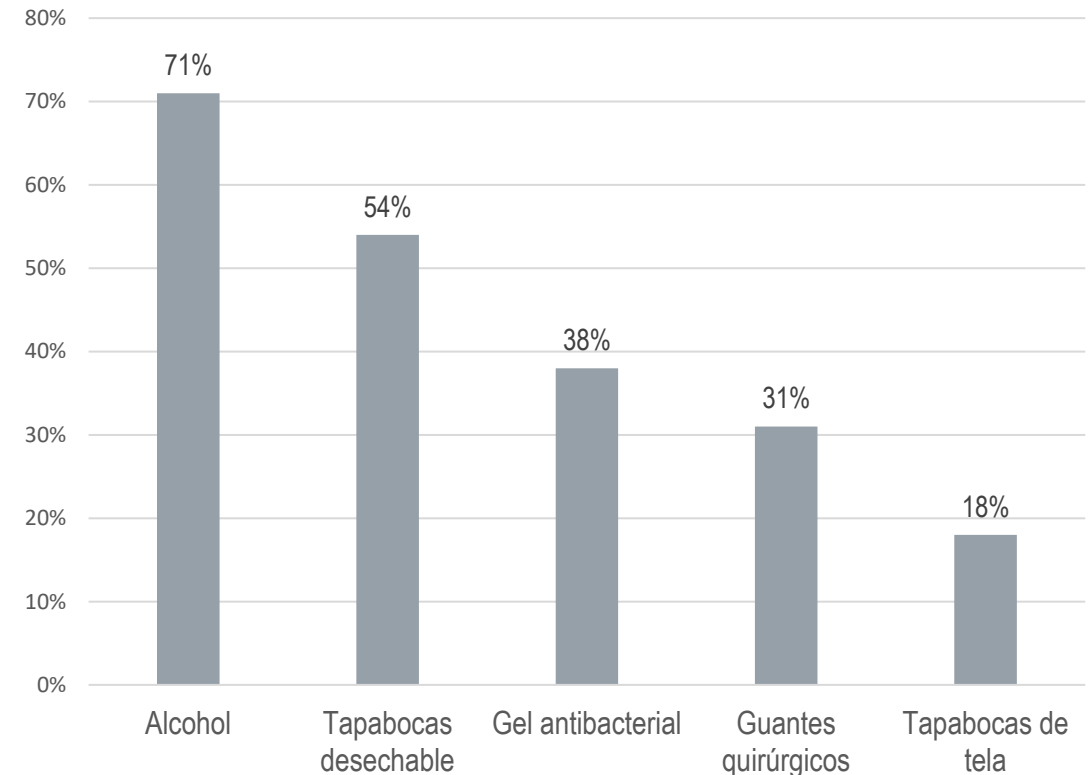
Comerciantes: Escasez

Proporción de comerciantes que reportaron haber tenido problemas de escasez en el último mes:



N=142

Cinco productos con mayor escasez en el último mes:*

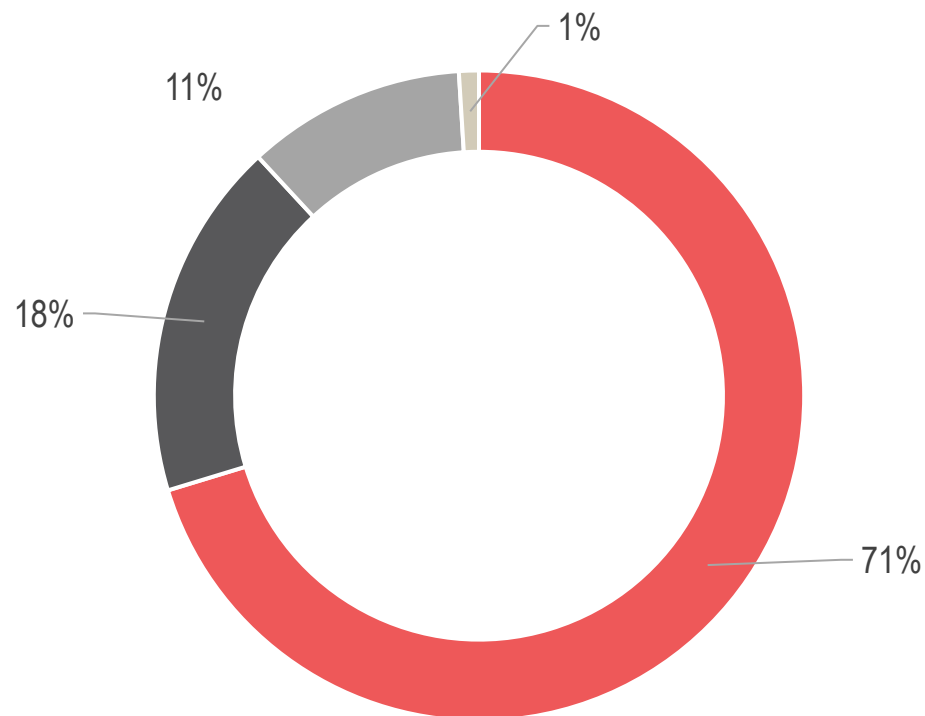


N=61

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

Comerciantes: Covid-19 en los comercios

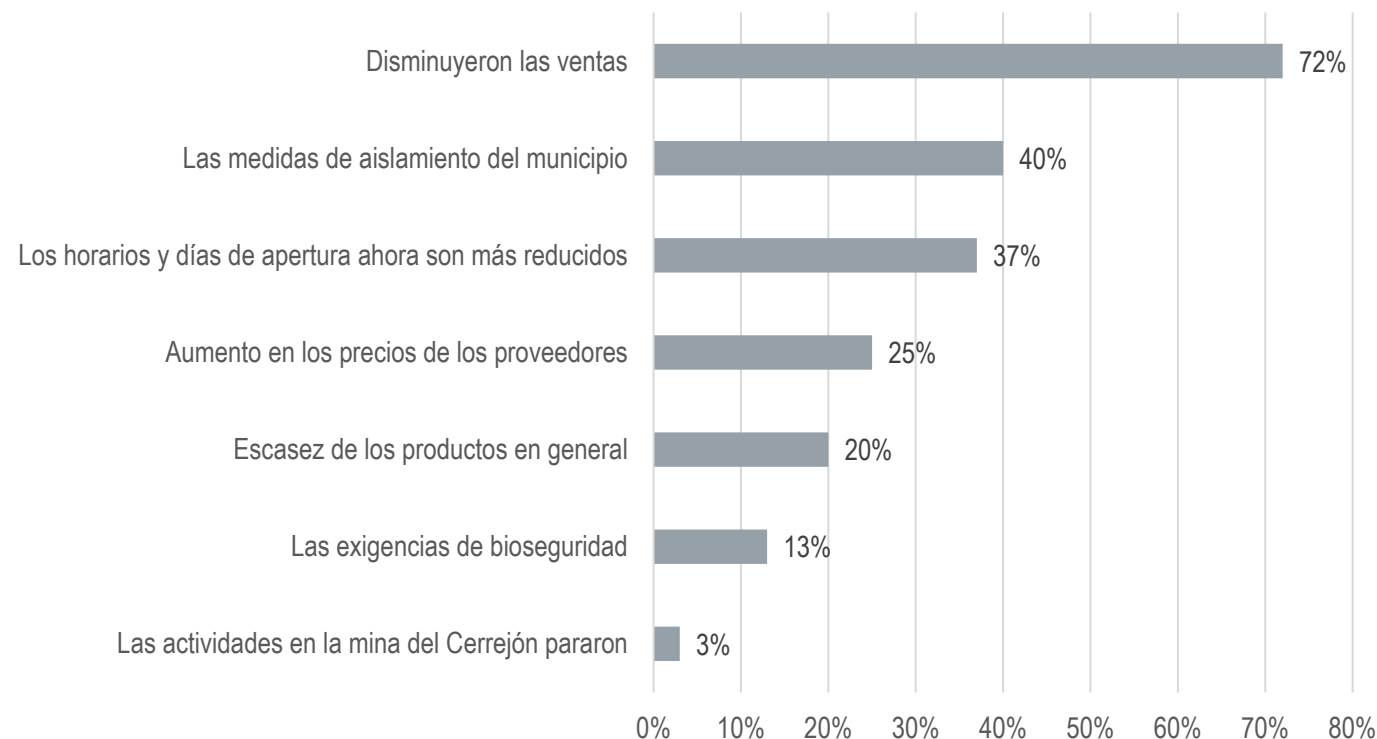
Efectos reportados por los comerciantes que ha tenido el Covid-19 en los comercios:



N=142

■ Negativo ■ Positivo ■ No han tenido efecto ■ No sabe

Principales efectos negativos reportados por los comerciantes desde el inicio de la pandemia:*

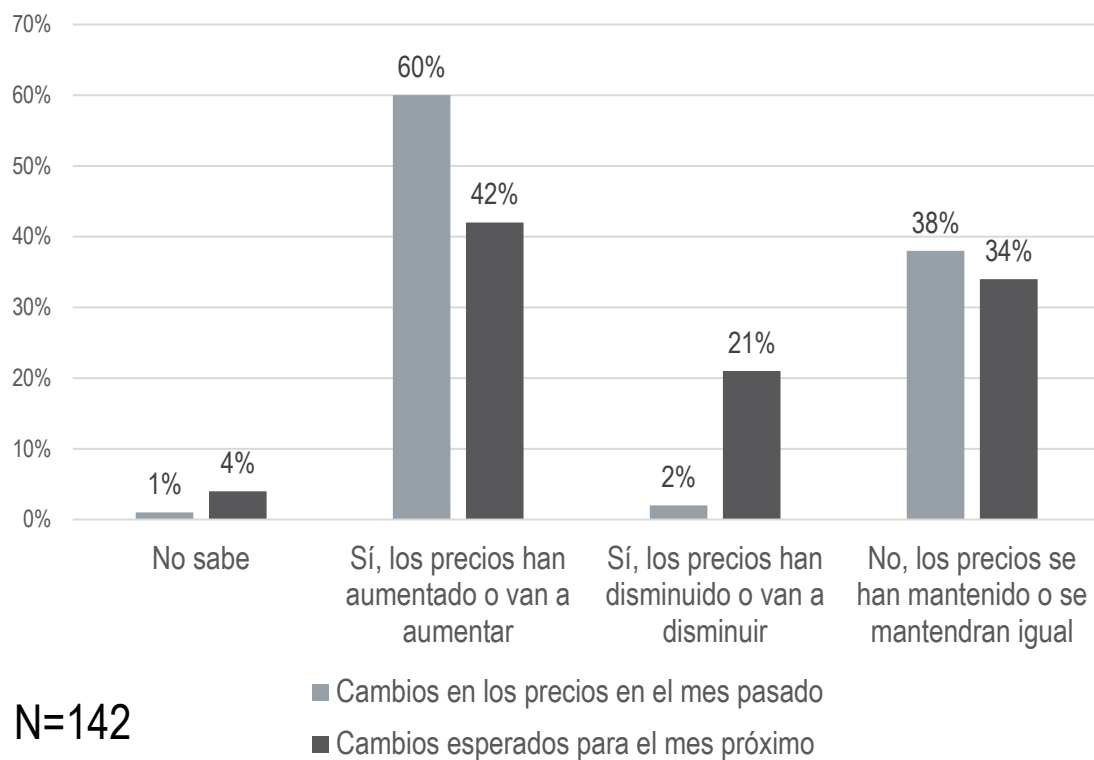


N=142

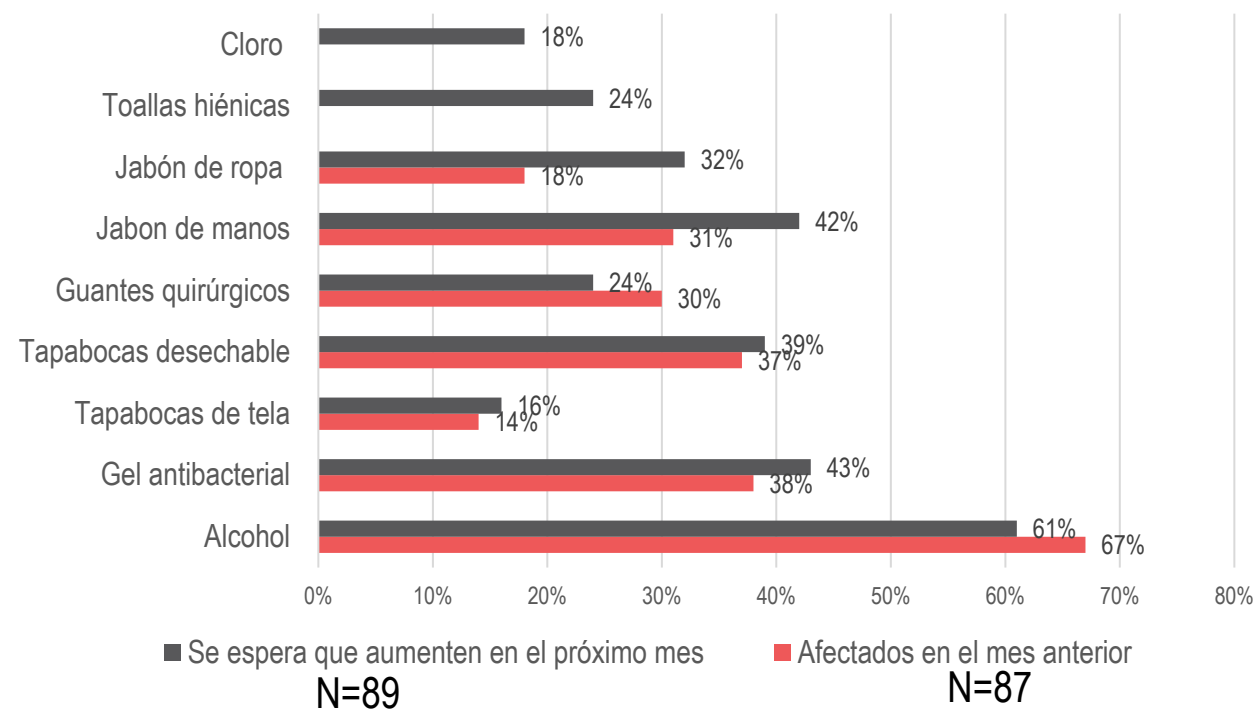
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Comerciantes: Cambios en los precios

Cambios en los precios reportados por los comerciantes:



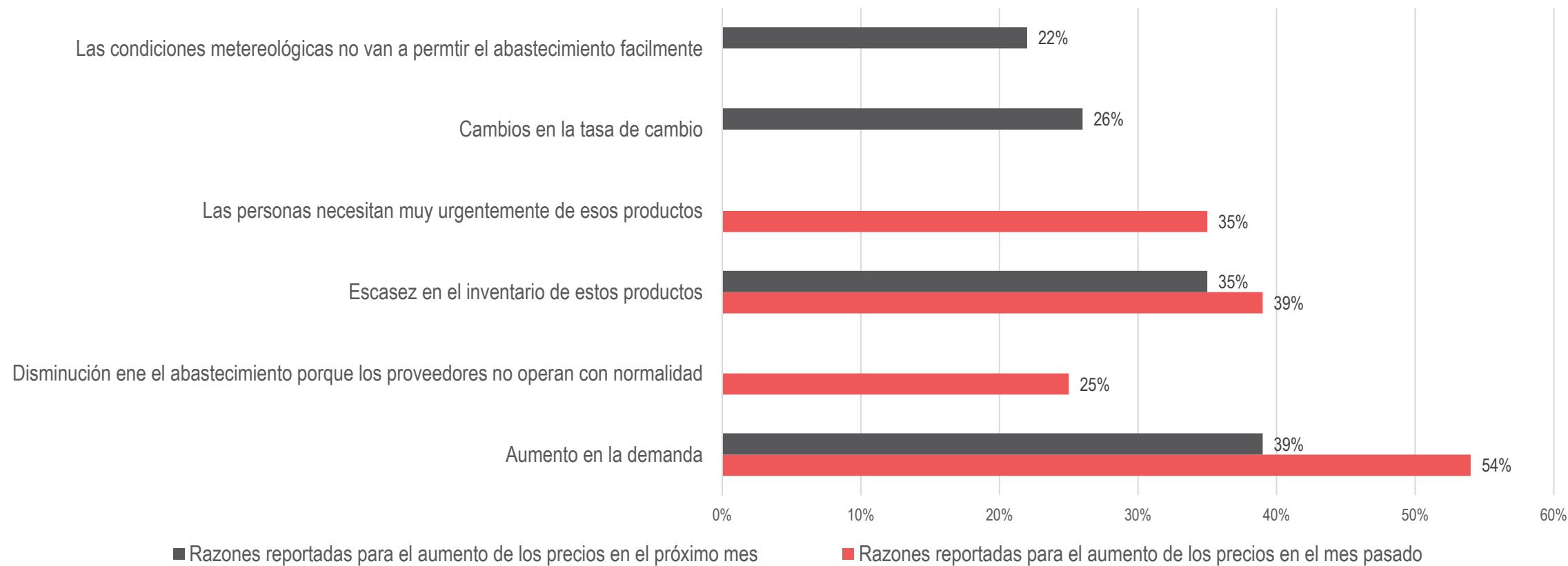
Productos reportados como afectados por el aumento de los precios y los que se espera se vean afectados:*



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

Comerciantes: Cambios en los precios

Principales razones reportadas por los comerciantes para el aumento de los precios:*

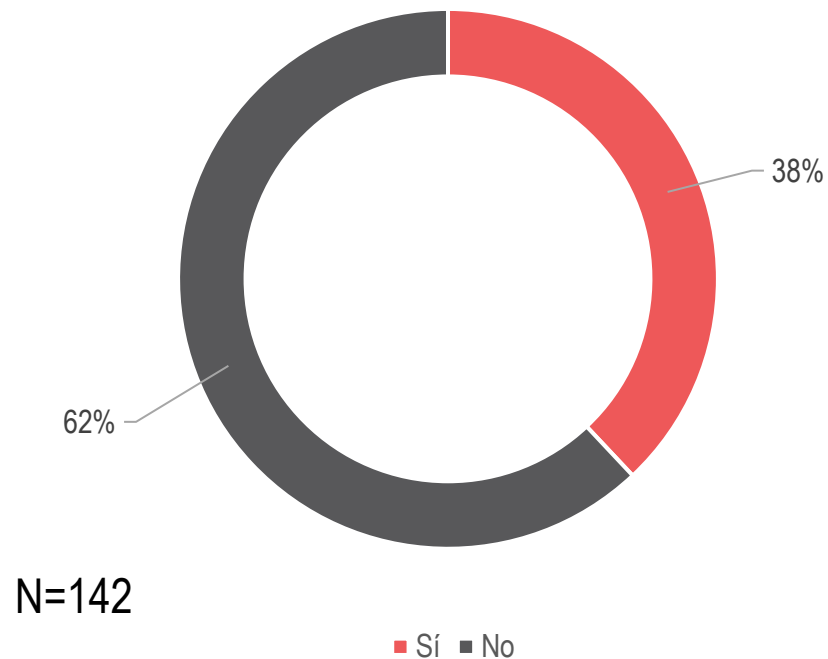


N=142

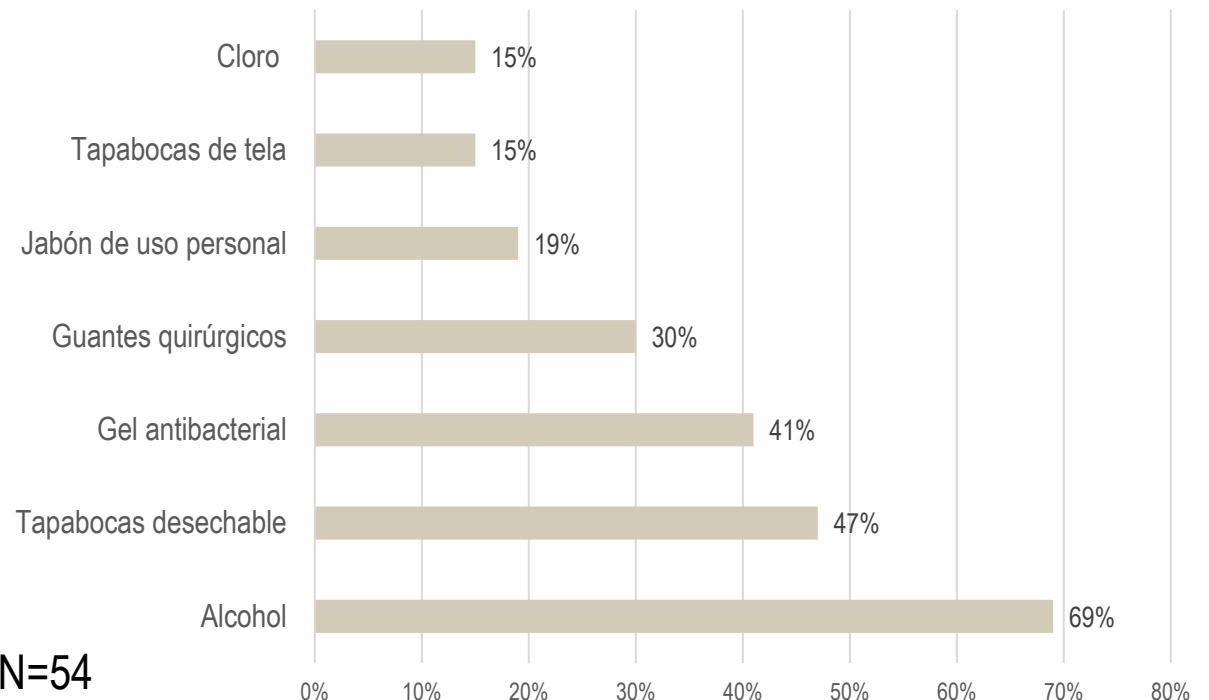
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Comerciantes: Dificultades de abastecimiento

Proporción de comerciantes que reportaron haber enfrentado dificultades para reabastecerse en el mes previo a la recolección de datos:



Artículos reportados con mayor dificultad para reabastecerse:



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

Resultados: prestadores de servicios WASH

4

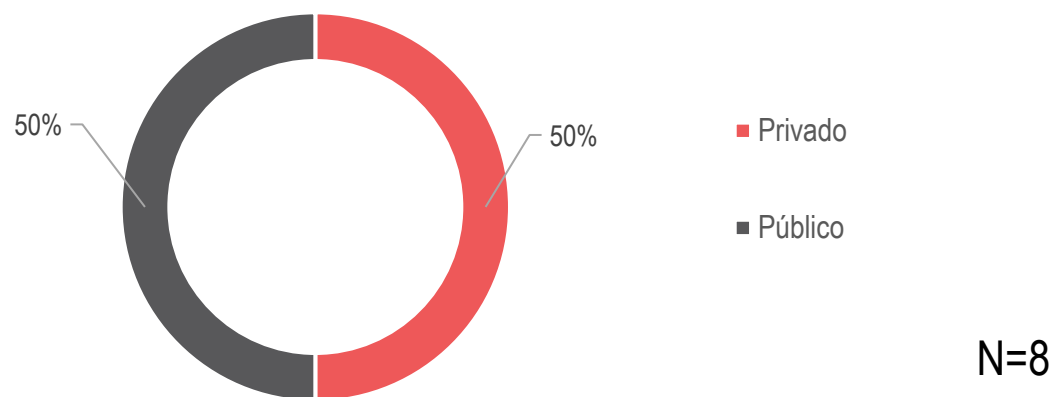
Prestadores de servicios: Perfil general del prestador de servicios

Municipios de recolección

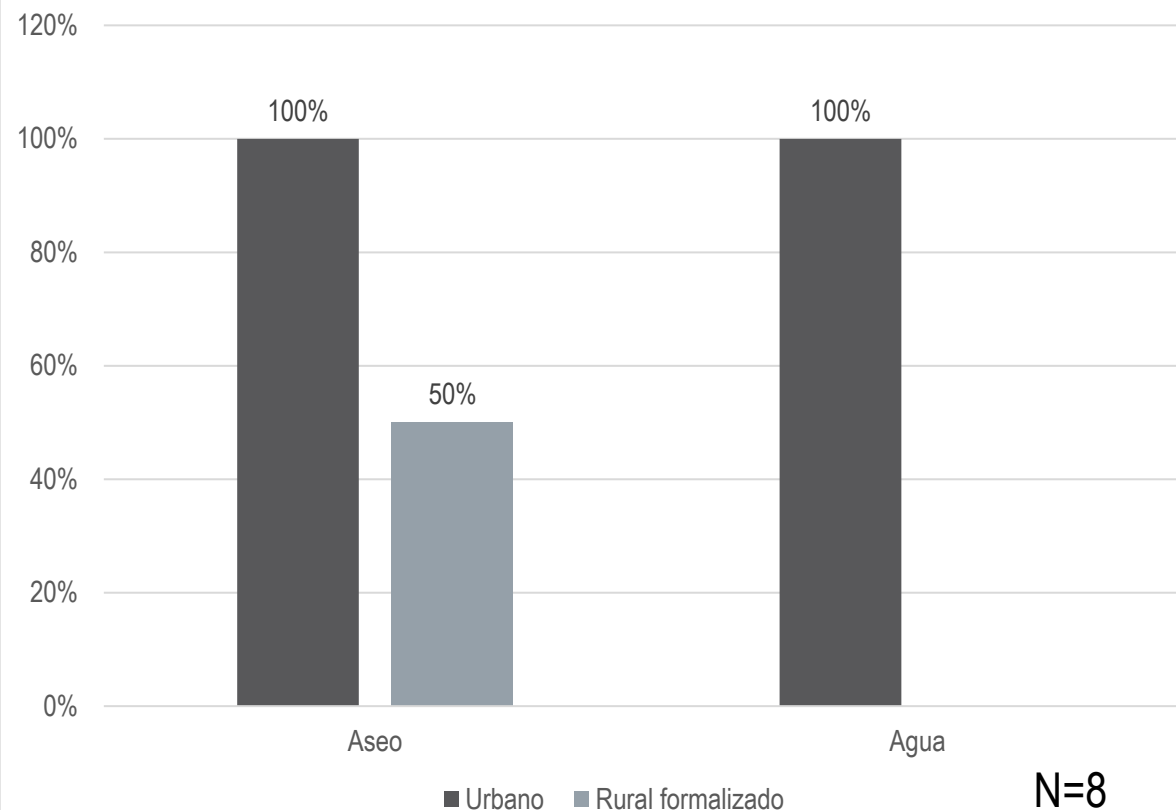
- **Fonseca** → 2 prestadores de servicios
- **Dibulla** → 2 prestadores de servicios
- **San Juan del César** → 2 prestadores de servicios
- **Uribia** → 2 prestadores de servicios

Se entrevistó a **1 prestador de agua** por municipio y con **1 prestador del servicio de aseo** por municipio.

Proporción de prestadores que reportaron el tipo de servicio que prestaban:

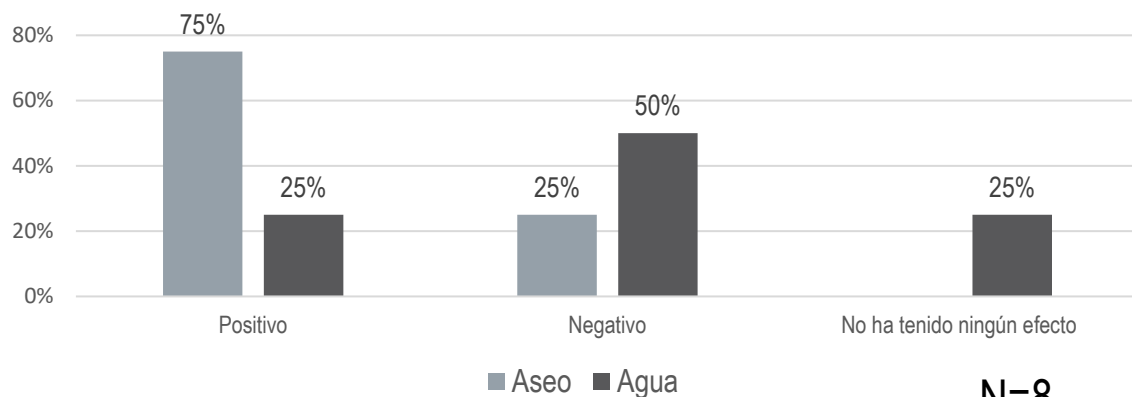


Zonas reportadas como de prestación del servicio:



Prestadores de servicios: Efectos del Covid-19 en la prestación del servicio

Proporción de prestadores que manifestaron los efectos del Covid-19 en la prestación del servicio:



N=8

La razones reportadas como efectos positivos de la pandemia por el Covid-19 fueron:

- **Debido al aumento de la demanda, se amplió la cobertura a zonas donde antes no se iba** (33% (1) aseo y 100% (4) agua).
- **La demanda del servicio aumentó, más personas quieren que se les recolecte la basura.** (100% aseo)

Efectos negativos generados por el Covid-19, reportados por los prestadores de servicios

1. Por las restricciones de movilidad debido a la pandemia no se puede llegar a zona. (Agua 1)
2. Los estándares de calidad del agua ahora son más estrictos. (Agua 1)
3. Las personas a las cuales les da el servicio quedan debiendo. (Agua 1)
4. Los protocolos de bioseguridad obligatorios por la pandemia implican un gasto adicional (Agua 1, Aseo 2)
5. No se alcanza a suplir el aumento en la demanda de los productos (Agua 1)

Prestadores de servicios: Aspectos generales del servicio

Las **frecuencias de la prestación del servicio** de agua y de aseo reportadas son:

- Diariamente (1 Agua, 1 Aseo)
- De dos a tres veces por semana (1 Agua, 1 Aseo)



La mayoría de los prestadores de servicios tanto de aseo (75% - 6 prestadores) como de agua (75% - 6 prestadores) consideraron **que los precios se han mantenido igual** y seguirán así en los próximos meses.



Zonas de prestación del servicio

La mayoría de los prestadores de servicios (75% - 6 prestadores) manifestaron que **van a todas las zonas donde pueden prestar el servicio** y la única razón por la que se puede interrumpir la prestación del servicio es porque **el estado de las vías de acceso no permita acceder**.

Prestadores de servicios como consumidores

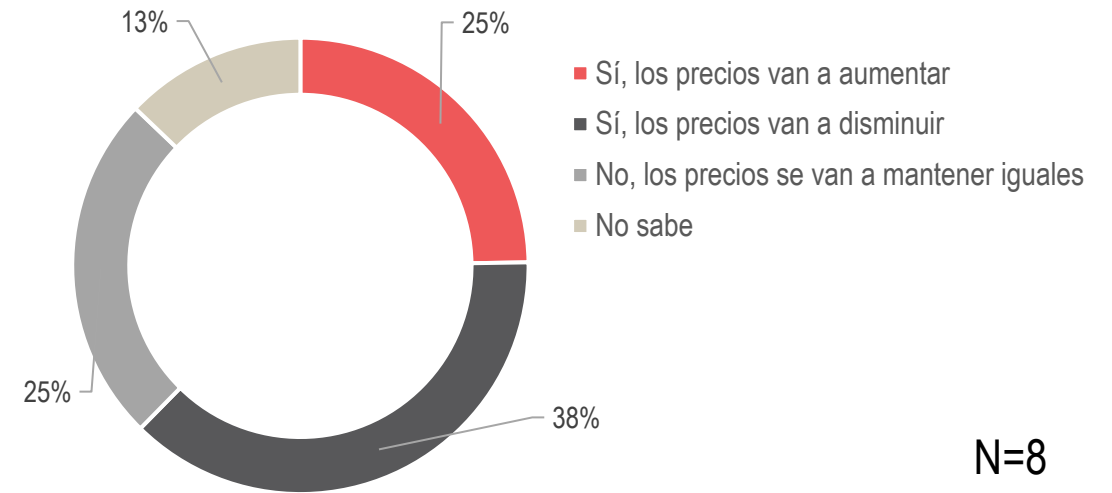
La mayoría de los prestadores de servicios (88%) manifestaron haber tenido en los meses recientes, **acceso sin problema a los mercados** en los que se aprovisionan de los productos necesarios para prestar el servicio



Los **prestadores de servicios de aseo**, manifestaron que los tres productos con los que han tenido **dificultad de compra** fueron:

- Cepillos
- Escobas
- Guantes

Cambios reportados como esperados en los productos necesarios para prestar el servicio



Los productos reportados por los prestadores de servicios (12,5%) que se espera tengan cambios son:

Con un 20%: Cloro, mangueras, micromedidores, materiales de mampostería y construcción, tanques de almacenamiento y la gasolina.

Con un 40%: Tuberías

N=5

¿Preguntas? Preguntas?

Gracias

Angie Martin
Assessment Officer
angie.martin@reach-initiative.org

Lina Camperos
Assessment Officer
lina.camperos@reach-initiative.org