

Términos de Referencia de Investigación

Evaluación Rápida del Impacto Socioeconómico de COVID-19 en los Mercados

Locales

COL2001

Colombia

Abril 2020

V1

REACH Informing
more effective
humanitarian action

1. Resumen ejecutivo

País de intervención	Colombia		
Tipo de emergencia	<input type="checkbox"/> Desastre natural	<input type="checkbox"/> Conflicto	<input checked="" type="checkbox"/> Otro (COVID-19)
Tipo de crisis	<input checked="" type="checkbox"/> Aparición repentina	<input type="checkbox"/> Aparición lenta	<input type="checkbox"/> Prolongada
Agencia/ organismo de mandato	Grupo de Trabajo sobre Transferencias Monetarias (GTM)		
Código del proyecto	44 DNX		
Periodo de la investigación (desde el diseño de la investigación hasta la producción de los resultados / M&E)	23/03/2020 to 24/04/2020		
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: 06/04/2020	5. Presentación preliminar: 20/04/2020	
	2. Recolección de datos: 14/04/2020	6. Productos enviados para validación: 22/04/2020	
	3. Análisis de datos: 16/04/2020	7. Productos publicados: 24/04/2020	
	4. Datos enviados para validación: 16/04/2020	8. Presentación final: N/A	
Número de evaluaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Evaluación única (un ciclo)		
	<input type="checkbox"/> Evaluaciones múltiples (más de un ciclo)		
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>	<input type="checkbox"/>	Hitos Humanitarios	Fecha límite
	<input type="checkbox"/>	Plan / estrategia del donante	
	<input type="checkbox"/>	Plan / estrategia inter-clúster	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Plan / estrategia del clúster (Estrategia alrededor del COVID-19 del Grupo de Trabajo sobre Transferencias Monetarias)	27/04/2020
	<input checked="" type="checkbox"/>	Plan / estrategia de las ONGs (Respuesta al COVID-19)	27/04/2020
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar):		
	Tipo de Audiencia	Diseminación	

Tipo de audiencia & diseminación <i>Especifique a quién se informará la evaluación y cómo se diseminarán los resultados para informar a la audiencia.</i>	x Estratégico x Programático x Operacional	x Envío vía e-mail de productos (e.j. e-mail a consorcio de ONGs; participantes del Equipo Humanitario País; Donantes) x E-mail a clústeres (educación, refugio y WASH) y presentación de resultados en la próxima reunión de clústeres. x 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)
Plan de diseminación detallado requerido	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Objetivo general	El objetivo principal de esta evaluación rápida es comprender y evaluar el impacto socioeconómico del COVID-19 en el nivel de acceso y funcionalidad de los mercados en Colombia	
Objetivo(s) específico(s)	<ul style="list-style-type: none"> • Entender, desde la perspectiva de los consumidores, las barreras que enfrentan y el nivel de acceso físico, social y financiero a los mercados en Colombia durante las medidas gubernamentales de aislamiento relacionadas con el COVID-19 • Entender la funcionalidad y capacidad de los mercados locales para suplir necesidades básicas relacionadas con productos alimenticios y de higiene durante las medidas gubernamentales de aislamiento relacionadas con el COVID-19. • Explorar si hay fluctuaciones de precios (actuales o esperadas) para los alimentos y productos no alimenticios básicos desde la implementación de medidas gubernamentales de aislamiento relacionadas con el COVID-19. • Entender el impacto de COVID-19 y las medidas gubernamentales de aislamiento en la estructura y capacidad del mercado 	
Pregunta(s) de investigación	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿En qué medida los consumidores tienen acceso a los mercados desde que se aplicaron las medidas gubernamentales relacionadas con el COVID-19? 2. ¿Qué desafíos enfrentan para acceder a los mercados? 3. ¿Tienen dificultades o enfrentan obstáculos los consumidores para poder comprar algún producto alimenticio o no alimenticio? En caso afirmativo, ¿qué productos básicos? ¿qué dificultades u obstáculos? 4. ¿Cuáles son los niveles de existencias de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse actualmente? 5. ¿Cuáles son los desafíos, si los hay, que enfrentan los comerciantes al reabastecerse desde que se aplicaron las medidas gubernamentales relacionadas con el COVID-19? 6. ¿Los comerciantes y los consumidores reportan fluctuaciones de precios actuales o previstas? En caso afirmativo, ¿qué artículos se ven afectados? 7. ¿De qué manera las medidas sociales oficiales en torno al COVID-19 (es decir, el distanciamiento social, el aumento de las medidas de higiene, etc.) han influido en la voluntad y la capacidad de los consumidores y los comerciantes para seguir comprando y vendiendo productos básicos? 8. ¿Cuál es el impacto del COVID-19 y de las medidas de confinamiento del Gobierno sobre la estructura y capacidad del mercado (número, perfil y repartición geográfica de los comerciantes, capacidad global del mercado)? 	

Cobertura geográfica	Departamentos de Colombia fronterizos con Venezuela, específicamente los departamentos de: - La Guajira - Norte de Santander - Arauca			
Población(es) <i>Seleccionar todas las que correspondan</i>	<input type="checkbox"/>	PDI en campos	<input type="checkbox"/>	PDI en sitios informales
	<input type="checkbox"/>	PDI en comunidades de acogida	<input type="checkbox"/>	PDI [Otras, especificar]
	<input type="checkbox"/>	Refugiados en campos	<input type="checkbox"/>	Refugiados en sitios informales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Refugiados en comunidades de acogida	<input type="checkbox"/>	Refugiados [Otras, especificar]
	<input checked="" type="checkbox"/>	Comunidades de acogida	<input type="checkbox"/>	[Otras, Especificar]
Estratificación <i>Seleccionar tipo(s) e ingresar número(s) de estratos</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Geográfica #:3 departamentos en el noreste Colombiano Se conoce la población por estratos? <input type="checkbox"/> Si <input checked="" type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/>	Grupo #: consumidores y comerciantes Se conoce la población por estratos? <input type="checkbox"/> Si <input checked="" type="checkbox"/> No
			<input type="checkbox"/>	[Otra, especificar] #: ___ Se conoce la población por estratos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Herramienta(s) de recolección de datos	<input checked="" type="checkbox"/>	Estructurada (cuantitativa)	<input type="checkbox"/>	Semi-estructurada (cualitativa)
	Método de Muestreo		Método de recolección de datos	
Herramienta de recolección de datos estructurada # 1 <i>Seleccionar método de muestreo y recolección de datos, y especificar el # objetivo de entrevistas.</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Deliberado <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple estratificado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado <input type="checkbox"/> [Otro, especificar]		<input type="checkbox"/> Encuesta a informante clave (Objetivo #):__ <input type="checkbox"/> Grupo de discusión (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> Encuesta a hogares (Objetivo #):_____ <input checked="" type="checkbox"/> Encuesta individual (Objetivo #): 20 por municipio de cada departamento evaluado <input type="checkbox"/> Observación directa (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> [Otro, especificar] (Objetivo #):_____ 	
Herramienta de recolección de datos estructurada # 2 <i>Seleccionar método de muestreo y recolección de datos, y especificar el # objetivo de entrevistas. ***Si son más de 2 herramientas estructuradas, agregar más filas en la tabla y completar para cada herramienta.</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Deliberado <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple <input type="checkbox"/> Probabilístico / aleatorio simple estratificado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado <input type="checkbox"/> Probabilístico / muestreo conglomerado estratificado <input type="checkbox"/> [Otro, especificar]		<input checked="" type="checkbox"/> Encuesta a informante clave (Objetivo #): 5 por municipio de cada departamento evaluado <input type="checkbox"/> Grupo de discusión (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> Encuesta a hogares (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> Encuesta individual (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> Observación directa (Objetivo #):_____ <input type="checkbox"/> [Otro, especificar] (Objetivo #):_____ 	

Nivel de precisión (en caso de muestreo probabilístico)	N/A		N/A			
Plataforma(s) del manejo de datos	<input checked="" type="checkbox"/>	IMPACT	<input type="checkbox"/>	ACNUR		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Plataformas de gestión de datos de los socios (Commcare)				
Tipo(s) de producto(s) planificado(s)	<input checked="" type="checkbox"/>	Resumen general de la situación #: 1	<input type="checkbox"/>	Informe #: __	<input type="checkbox"/>	Perfil #: __
	<input checked="" type="checkbox"/>	Presentación (resultados preliminares) #: 1	<input type="checkbox"/>	Presentación (final) #: __	<input type="checkbox"/>	Factsheet #: __
	<input type="checkbox"/>	Dashboard interactivo#: _	<input type="checkbox"/>	Webmap #: __	<input type="checkbox"/>	Mapa #: __
	<input type="checkbox"/>	[Otros, especificar] #: __				
Acceso	<input checked="" type="checkbox"/>	Público (disponible en REACH Resource Center y en otras plataformas humanitarias)				
	<input type="checkbox"/>	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					
	Socios: Save the Children, Acción Contra el Hambre, el Consejo Noruego para los Refugiados (NRC), la Cruz Roja Colombiana (CRC), World Vision (WV), ZOA, ACTED, Pastoral Social, Mercy Corps					

2. Justificación

2.1. Justificación

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró al Coronavirus COVID-19 como pandemia debido a la velocidad de su propagación, instando a los Estados a tomar medidas urgentes, como el aislamiento, el monitoreo de casos y la divulgación de medidas preventivas con el objetivo de mitigar el contagio. En Colombia, el 12 de marzo el Ministerio de Salud y Protección Social declaró emergencia sanitaria, adoptando medidas sanitarias con el fin de controlar el contagio. El 13 de marzo se ordena el cierre de la frontera con Venezuela, y el 16 de marzo se prohíbe la entrada a viajeros extranjeros provenientes de Asia o Europa. El 24 de marzo se prohibió la llegada de vuelos internacionales hasta el 30 de mayo. Así mismo, se ordena el aislamiento preventivo obligatorio para todos los habitantes de Colombia desde el 24 de marzo hasta el 13 de abril. Con esta medida, el Estado afirma que se garantizará la cadena de producción, abastecimiento, transporte y comercialización de bienes de primera necesidad como alimentos, implementos de aseo y medicamentos.

Bajo estas circunstancias, se puede prever una diversidad de impactos socioeconómicos, que resultan relevantes de entender y analizar para poder informar la respuesta humanitaria en torno a COVID-19. A su vez, para el caso de la respuesta humanitaria basada en efectivo y sectorial, también representa un reto, debido a la falta de información sobre el acceso a mercados y las consecuencias que pueda tener esto sobre la seguridad alimentaria y sanitaria de los beneficiarios. Se puede tomar la emergencia del ébola en 2014 como un ejemplo para entender los posibles efectos que una situación así conlleva. Esta crisis no dejó solamente pérdidas de vidas humanas, puesto que afectó considerablemente la economía y el tejido social en los países afectados. En este caso, el número de comerciantes de artículos básicos alimenticios cayó considerablemente. La producción agrícola, incluyendo aquella para autoabastecimiento familiar, se redujo y muchos campesinos perdieron sus cultivos y existencias. Adicionalmente, las medidas para evitar el contagio inflaron los precios en los mercados y del transporte, la oferta de productos y servicios disminuyó, así como el consumo.

Dada la presente falta de información actualizada sobre el impacto socioeconómico de las medidas oficiales del COVID-19 y las restricciones en los niveles de acceso y funcionalidad de los mercados, especialmente en las ciudades donde el suministro no se produce diariamente y donde el comercio en la frontera forma parte de la economía; REACH Initiative (REACH), en coordinación con el GTM, propone realizar una evaluación rápida del mercado para comprender mejor este impacto e informar a la respuesta humanitaria en torno a COVID-19 en Colombia. Los resultados de esta evaluación sirven para proporcionar información actualizada y basada en evidencia para informar y apoyar a las organizaciones humanitarias, al gobierno y a otros agentes pertinentes en su respuesta en torno a Covid-19 en Colombia.

3. Metodología

3.1. Descripción general

La evaluación tendrá un enfoque cuantitativo, que consta de un cuestionario estructurado que se aplicará a los beneficiarios, y entrevistas estructuradas con informantes clave, los comerciantes.

Debido a la coyuntura actual y las limitaciones de movilidad y encuentros presenciales, la opción propuesta para la recolección de datos es realizar llamadas telefónicas, tanto a los comercios, como a los beneficiarios en sus hogares. A lo largo del estudio, la protección de datos será una prioridad; REACH recibirá únicamente información anonimizada de los socios después de la recolección de datos de ambos componentes de la evaluación, comerciantes y consumidores.

La recolección de datos se hace a través de los miembros interesados del GTM y otros grupos sectoriales, dependiendo de la disposición y la capacidad de los miembros para participar. REACH lidera la construcción de las herramientas de comerciantes y consumidores, cuyo contenido se alimenta de las necesidades y las peticiones del grupo. Una vez finalizada la recolección de datos, antes de compartir los principales hallazgos con el GTM y otros sectores pertinentes, REACH llevará a cabo la limpieza y el análisis de los datos. En todos los resultados de las conclusiones de la evaluación, habrá visibilidad y reconocimiento de los socios y sectores que participaron en el diseño y la recolección de datos para esta evaluación.

En lo que respecta al componente de consumo (véase la sección siguiente para más detalles), REACH entiende que es muy posible que los socios participantes ya cuenten con formatos y planes de recolección de información que incluyan preguntas sobre acceso a gastos, productos, restricciones de acceso e ingresos (en sus herramientas PDM). En este caso, REACH solicitará que se añadan 6 ó 7 preguntas base como parte de esta evaluación rápida a los instrumentos de los socios, y que los datos de estas preguntas y el tamaño de la muestra se compartan de forma anónima al finalizar la recolección. Con estos datos, REACH hará un análisis usando una metodología estandarizada que apoyará la respuesta humanitaria y a los socios.

De esta manera, el tiempo de recolección de datos depende de los cronogramas que tengan los socios para implementar su recolección de información para los PDMs. Sin embargo, se puede anticipar que los socios recogerán datos de 2 a 5 días. Después de terminar la recolección, la limpieza y análisis de los datos será realizada por REACH, para compartir los principales hallazgos a través de una presentación y un resumen general de la situación aproximadamente 3 días después de completar la recolección de datos. En todos los productos sobre las conclusiones de la evaluación habrá visibilidad y reconocimiento de los socios y sectores que participaron en el diseño y la recopilación de datos para esta evaluación.

Al culminar la evaluación rápida de mercados, dependiendo de la capacidad y necesidad de los socios, se continuará con futuras rondas de recolección de datos a través de JMMI para seguir monitoreando el acceso y la funcionalidad de los mercados durante las medidas gubernamentales de aislamiento relacionadas con el COVID-19. Los principales hallazgos serán compartidos con el GTM.

3.2. Población de interés

Con fin de proporcionar una comprensión holística de las repercusiones socioeconómicas del COVID-19 en el acceso a los mercados y su funcionalidad, REACH propone que se reúna información tanto de los consumidores como de los

comerciantes. De esta manera, se pueden captar las diferentes perspectivas de estos actores sobre los efectos del COVID-19 en los mercados.

- **Consumidores:** En línea con la metodología de recolección de datos que se expone a continuación y debido a las restricciones actuales en materia de recopilación de datos, para efectos de esta evaluación rápida y la consecución de sus objetivos, los beneficiarios de los programas ejecutados por los socios participantes serán considerados aquí como "consumidores", por defecto. Por esta razón, los hallazgos sobre la perspectiva del consumidor pueden presentar un grado de sesgo. Sin embargo, cuando sea posible, las conclusiones de esta evaluación se complementarán con datos secundarios para captar las perspectivas de los consumidores no beneficiarios.
- **Comerciantes:** Se incluyen en esta evaluación los comercios formales, tanto minoristas como mayoristas. Dadas las restricciones actuales en torno a la recolección de datos y las posibles dificultades para acceder a los datos de contacto para llegar a ellos, los comercios ambulantes no se tendrán en cuenta en esta evaluación. Debido a las restricciones actuales, la recolección de datos será realizada por los socios con contactos con comerciantes (e.g socios que implementen programación basada en efectivo con comerciantes seleccionados a través de sistemas móviles o basados en tarjetas). Por esta razón, los hallazgos desde la perspectiva de los comerciantes contendrán un grado de sesgo. No obstante, como sea posible, los hallazgos de esta evaluación se complementarán con datos secundarios en las perspectivas de los comerciantes relacionadas con la funcionalidad de los mercados en el contexto actual.

3.3. Recolección de datos primarios

Encuestas a Consumidores

Como ya se ha mencionado, dadas las dificultades actuales en torno a la recolección de datos en persona, y dado que los socios están realizando actualmente entrevistas con sus beneficiarios para efectos del monitoreo a las necesidades y al momento posterior a la distribución (PDM), se propone que se incorpore una encuesta estructurada (la cual consiste en unas 6 ó 7 preguntas centradas en el acceso de los beneficiarios a los mercados) en los actuales cuestionarios sobre las necesidades y el PDM de los socios. Ese enfoque también ayudaría a reducir la fatiga de la evaluación entre los beneficiarios, garantizar un uso más eficiente de los recursos y evitar la duplicación de la recolección de datos centrada en el acceso a los mercados.

Una vez que REACH haya finalizado el cuestionario (en el cual se integren los aportes de los socios y otros interesados pertinentes), éste se compartirá con los socios que participen en la recolección de datos para incorporarlo a sus herramientas de PDM. Luego, los socios llevarán a cabo sus PDMs, como estaba planeado, con la inclusión de las preguntas de esta evaluación. Después de completarse la recolección, se pedirá a los socios que compartan los datos brutos y anonimizados, sólo aquellas correspondientes a las preguntas que conforman esta evaluación rápida, con REACH, con el fin de que los datos se recopilen y analicen. REACH, hará la limpieza de la información en línea con la Lista de Chequeo de Estándares Mínimos para la Limpieza de Información (Data Cleaning Minimum Standards Checklist) (por favor, revisar la sección de 'Análisis de datos' para más detalles), en coordinación con los equipos de recolección de datos de los socios, de ser necesario.

Muestreo de consumidores

REACH propone que se entreviste una muestra deliberada de consumidores, con los encuestados seleccionados aleatoriamente de las listas de beneficiarios (los socios serán aconsejados por REACH para realizar la selección aleatoria de encuestados) El número entrevistas con los consumidores a ser realizada dependerá del número total de beneficiarios al que los socios participantes tengan acceso. Sin embargo, de ser posible, se recomienda que al menos 20 beneficiarios por cada municipio de cada departamento evaluados sean entrevistados, para así lograr una comprensión indicativa del nivel de acceso a los mercados de los consumidores en el actual contexto del COVID-19.

Entrevistas al Comerciante (Informante Clave)

Las entrevistas con los informantes clave se realizarán con los comerciantes mediante un cuestionario estructurado, centrado en la disponibilidad de existencias, los problemas de reabastecimiento, las fluctuaciones de precios actuales o previstas; y las percepciones de las medidas sociales oficiales en torno a COVID-19 sobre la capacidad de respuesta de los comerciantes. De ser posible y dependiendo de la capacidad de los socios, los sindicatos o grupos de comerciantes también serán incluidas.

Para efectos de esta evaluación, los "comerciantes" incluirán a los comerciantes mayoristas (aquellos que les venden a otros comerciantes y/o a consumidores directos)¹ y a los comerciantes minoristas (aquellos que le venden únicamente al consumidor directo)².

REACH propone que esta recopilación de datos se lleve a cabo a distancia, mediante llamadas telefónicas, si es posible, por parte de socios con datos de contacto del comerciante (e.g. socios que implementan la programación de efectivo directamente con comerciantes seleccionados a través de sistemas móviles o basados en tarjetas). Sin embargo, esta forma de recolección de datos depende de que los socios tengan esos contactos. Si este enfoque no es posible, REACH y el GTM estudiarán otras opciones para asegurar los datos de contacto de los comerciantes para la recolección de datos; se alienta encarecidamente a todas las organizaciones que puedan facilitar este proceso a que lo hagan.

El número de entrevistas a los comerciantes que se realicen dependerá del número total de comerciantes a los que tengan acceso los asociados participantes; sin embargo, de ser posible, se recomienda que se llegue al menos a 3-5 comerciantes por municipio de cada departamento evaluado para poder dar un indicador de la capacidad de respuesta de los comerciantes en el contexto actual de COVID-19.

3.4. Procesamiento & análisis de datos

Una vez la información haya sido recolectada, REACH hará la limpieza de datos. Una herramienta de limpieza y el análisis será utilizada para hacer seguimiento a la calidad de los datos y a las entregas de los socios. Después de la recolección de datos realizada por cada uno de los socios participantes, los datos brutos y anonimizados serán compartidos con REACH, y se contactará a los equipos de recolección de los socios de ser necesario, ante cualquier inconsistencia o anomalía en los datos brutos. La limpieza de los datos se hará en línea con la Lista de Chequeo de Estándares Mínimos para la Limpieza de Información ([Data Cleaning Minimum Standards Checklist](#).)

Con los datos limpios y complicados, el análisis de los datos se hará en R; y una presentación y un resumen general de la situación de los hallazgos principales serán producidos y difundidos para el uso de toda la comunidad humanitaria en aproximadamente 3 días después de finalizar la recolección de datos.

¹ [CaLP \(Cash Learning Partnership\)](#), accessed 9 Marzo de 2020

² *Ibid.*

4. Roles y responsabilidades

Tabla 3: Descripción de roles y responsabilidades

Descripción de tareas	Responsable	Responsable de rendición de cuentas	Consultada/o	Informada/o
<i>Diseño de la investigación</i>	<i>e.g. Oficial de Evaluación (OE)</i>	<i>e.g. Gerente de Evaluación (GE)</i>	<i>e.g. Oficial de GIS (GIS)</i>	<i>Coordinador de país, socios GTM</i>
<i>Supervisión de la recolección de datos</i>	OE	GE	Puntos de Contacto GTM	Coordinador de país
<i>Procesamiento de datos (revisar, limpiar)</i>	OE	GE	HQ (análisis de datos)	Coordinador de país
<i>Análisis de datos</i>	OE	GE	HQ (análisis de datos)	Coordinador de país
<i>Producción de productos</i>	OE	GE	HQ (Diseño de la investigación y reporte); Coordinador de país	Puntos de contacto GTM
<i>Diseminación</i>	OE	GE	Coordinador de país; Puntos de contacto contactos GTM	HQ (Diseño de la investigación y reporte)
<i>Monitoreo & Evaluación</i>	OE	GE	HQ (Diseño de la investigación y reporte)	Coordinador de país
<i>Lecciones aprendidas</i>	OE	GE	HQ (Diseño de la investigación y reporte)	Coordinador de país

Responsable: la(s) persona(s) que ejecuta la tarea.

Responsable de la rendición de cuentas: la(s) persona(s) que valida la terminación de la tarea y es responsable de rendir cuentas del producto final o el hito humanitario.

Consultada/o: la(s) persona(s) que debe(n) ser consultada(s) cuando la tarea es implementada.

Informada/o: la(s) persona(s) que debe(n) ser informada(s) cuando la tarea es completada.

5. Plan de análisis de datos

PREGUNTAS DE CONSUMIDORES

Pregunta de Investigación	Pregunta Cuestionario	Opciones de Respuesta
1. ¿En qué medida los consumidores tienen acceso a los mercados desde que se aplicaron las medidas gubernamentales relacionadas con el COVID-19?	a) Incluyéndose usted, ¿Cuántas personas habitan en este hogar?	Inserte un número
	b) ¿Cuántas personas habitan en su hogar por edad y género?	Inserte un número por categoría <ul style="list-style-type: none"> - Hombres 0-17 años - Mujeres 0-17 años - Hombres 18-59 años - Mujeres 18-59 años - Hombres 60+ años - Mujeres 60+ años
	c) ¿Usted o los miembros de su hogar tienen actualmente acceso físico a las tiendas o mercados que usualmente visita para comprar alimentos y otros productos básicos para el hogar?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sé/prefiero no responder
	d) ¿En los últimos 7 días, ha habido alguna vez en la que usted o los miembros de su hogar <u>no hayan podido acceder</u> la tienda o mercado al que usualmente van?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sé/prefiero no responder
	e) (Si 'No' a 1.c.) ¿Su hogar tiene acceso actualmente a algunas otras tiendas o mercados en un radio de 5KM?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No
2. ¿Qué desafíos enfrentan para acceder a los mercados?	a.) (Si 'sí' a 1.c.) ¿Cuáles son las cinco principales razones por las que usted o sus miembros de su hogar no pudieron acceder a la tienda o mercado?	Elija hasta cinco opciones: <ul style="list-style-type: none"> - La tienda o el mercado estaba cerrado; - No hay transporte público disponible para llegar a esa tienda o mercado - Inseguridad para llegar a la tienda/mercado - Inseguridad en la tienda/mercado; - La tienda o mercado es muy lejos;

		<ul style="list-style-type: none"> - Las autoridades locales no nos dejan acceder a esa zona; - Todos los miembros de mi hogar, incluyéndome, somos mayores de 70 años de edad y no podemos salir debido a las restricciones de cuarentena del gobierno; - La tienda o mercado nunca está abierto a la hora que podemos ir; - No tengo el dinero para pagar el transporte público para llegar a esa tienda o mercado - Otra: Especifique - No sé/ prefiero no responder
3. ¿De qué manera las medidas sociales oficiales en torno al COVID-19 (es decir, el distanciamiento social, el aumento de las medidas de higiene, etc.) han influido en la voluntad y la capacidad de los consumidores para seguir comprando productos básicos?	a.) ¿El aislamiento oficial ordenado desde el 24 de marzo debido al COVID-19, ha afectado su decisión de ir a la tienda o al mercado?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí– He decidido ir menos frecuentemente a la tienda o mercado - Sí – He decidido ir a la tienda o mercado más frecuentemente. - No – Voy a la tienda o mercado con la misma frecuencia con la que lo hacía antes de las medidas - No sé/ prefiero no responder
	b.) <i>(Si ‘sí He decidido ir menos frecuentemente a la tienda o mercado’ o ‘Sí – He decidido ir a la tienda o mercado más frecuentemente’ a 3.a.)</i> En promedio, ¿qué tan frecuentemente visitaba usted la tienda o antes que se ordenara oficialmente el aislamiento debido al COVID-19 el pasado 24 de marzo?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Al menos una vez por día - Al menos 2-3 veces a la semana - Al menos una vez por semana - Al menos 2-3 veces al mes - Al menos de una vez al mes - Menos de una vez al mes

	<p>c.) (Si 'sí He decidido ir menos frecuentemente a la tienda o mercado' o 'Sí – He decidido ir a la tienda o mercado más frecuentemente' a 3.a.) En promedio, ¿qué tan frecuentemente visita ahora la tienda o mercado, desde que se ordenó oficialmente el aislamiento debido al COVID-19 el pasado 24 de marzo?</p>	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al menos una vez por día - Al menos 2-3 veces a la semana - Al menos una vez por semana - Al menos 2-3 veces al mes - Al menos de una vez al mes - Menos de una vez al mes
	<p>d.) (Si 'sí He decidido ir menos frecuentemente a la tienda o mercado' to 3.a.) ¿Cuáles tres factores han impactado más su decisión de ir menos a la tienda o el mercado?</p>	<p>Elija hasta tres opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No me siento segura/o yendo a la tienda o el mercado - No quiero ir a la tienda o mercado, debido al riesgo de exposición al COVID-19 - No quiero ir a la tienda o mercado, debido a la ausencia de medidas de higiene en (o tomadas por) la tienda o mercado - Las medidas de aislamiento en mi municipio - Todos los adultos miembros del hogar están muy enfermos para poder salir - Todos los adultos miembros del hogar están actualmente aislados, pues presentan síntomas de COVID-19 - No necesito ir a la tienda o mercado, debido a las entregas de comidas y otros productos que necesito realizadas por organizaciones humanitarias, iglesias y otras organizaciones. - No hay nadie que se haga cargo de los niños o los adultos

		<p>mayores mientras voy a la tienda o mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> - Otra (Especifique) - No sé/ prefiero no responder
	<p>e.) (Si 'sí He decidido ir más frecuentemente a la tienda o mercado' to 3.a.) ¿Cuáles tres factores han impactado más su decisión de ir más a la tienda o el mercado?</p>	<p>Elija hasta tres opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Necesito recolectar suficiente cantidad de productos para el tiempo que vaya a durar la cuarentena - Los productos que más necesito no están disponibles, entonces, debo ir más seguido a la tienda o mercado para verificar si los hay - El tamaño de mi hogar requiere que nos reabastecemos más frecuentemente - Las necesidades específicas de los miembros de mi hogar requieren que nos reabastecemos más frecuentemente - Voy a la tienda o mercado más frecuentemente para descansar del aislamiento - Otro (Especifique) - No sé/prefiero no responder
	<p>f.) ¿Se ha visto afectado su nivel de ingresos desde las medidas oficiales aplicadas en torno a Covid-19?</p>	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - Mi nivel de ingresos ha disminuido - Sí - mi nivel de ingresos ha aumentado - No, mi nivel de ingresos se ha mantenido igual - No sé/prefiero no responder

	g.) (Si 'mi nivel de ingresos ha disminuido en 3.f), ¿Por qué ha disminuido su nivel de ingresos?	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menos oportunidades para encontrar nuevos trabajos diarios debido a las medidas oficiales aplicadas como resultado de COVID-19 (i.e. la mayoría de las empresas no están reclutando en este momento) - Terminación de mi actual oportunidad de empleo debido a las medidas oficiales aplicadas como resultado de COVID-19 (i.e. el negocio cerró debido a las medidas de cuarentena) - Dificultades para acceder a nuevas oportunidades de ingresos sin transporte público - No estoy trabajando porque me preocupa interactuar con otros o ser infectado con el COVID-19 - Otro, (Especifique)
	h.) (Si 'mi nivel de ingresos ha aumentado en 3.f), ¿Por qué ha aumentado su nivel de ingresos?	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Más oportunidades de encontrar nuevos trabajos diarios debido a las medidas oficiales aplicadas como resultado de COVID-19 - He recibido más asistencia en efectivo de la habitual desde las medidas oficiales aplicadas en torno a Covid-19 - He recibido asistencia en efectivo por primera vez desde las medidas oficiales aplicadas en torno a Covid-19 - Otro, (Especifique)

<p>4. ¿Tienen dificultades o enfrentan obstáculos los consumidores para poder comprar algún producto alimenticio o no alimenticio? En caso afirmativo, ¿qué productos básicos? ¿qué dificultades u obstáculos?</p>	<p>a.) En los últimos 7 días, ¿ha tenido alguna dificultad para comprar algún artículo alimenticio o no alimenticio?</p>	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí, productos alimenticios - Sí, productos no alimenticios - No, No he tenido dificultades para comprar algún artículo alimenticio o no alimenticio en los últimos 7 días
	<p>b.) (Si 'Sí, productos alimenticios' a 4.a.) ¿Qué productos?</p>	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Frijoles - Lentejas - Pastas - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> -Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	<p>c.) (Si 'Sí, productos no alimenticios' a 4.a.), ¿Qué productos?</p>	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> - Jabón - Toallas desechables para

		<ul style="list-style-type: none"> - secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> - Jabón de ropa - Cloro para desinfección - Otro (Especifique)
	d.) (Si 'Sí, productos alimenticios' y/o 'Sí, productos no alimenticios' a 4.a.) ¿Qué dificultades enfrentó?	Elija múltiples opciones: <ul style="list-style-type: none"> - Los productos que yo quiero no están disponibles en las tiendas o mercados - Las marcas específicas que busco no están disponibles en las tiendas o mercados - Los productos que quiero han subido de precio o están demasiado costosos - No tengo los recursos financieros para comprar este producto - No tengo el dinero para pagar el transporte público para llegar a la tienda - No tengo medios de pago que solicitan los comerciantes (e.g. los comerciantes aceptan o no tarjetas precargadas); - Otro (Especifique) - No sé /prefiero no responder
5. ¿Los consumidores reportan fluctuaciones de precios actuales o previstas? En caso afirmativo, ¿qué productos se ven afectados?	a.) En los últimos 7 días ¿Ha experimentado un cambio en los precios de los productos que usualmente compra?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No sé/prefiero no responder
	b.) (Si 'Sí' to 5.a) ¿Para cuáles productos?	Elija múltiples opciones: <p>Productos alimenticios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res

		<ul style="list-style-type: none"> - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Fríjoles - Lentejas - Pastas - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique) <p>Productos no alimenticios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> - Jabón - Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> - Jabón de ropa - Cloro para desinfección - Otro (Especifique)
	c.) Para [cada artículo seleccionado en 5.b] ¿Cuál era el precio promedio (en pesos) hace 7 días?	<p>Inserte (precio/unidad)</p> <p><i>Nota: Se aplicarán unidades normalizadas por categoría de artículos</i></p>

	d.) Para [cada artículo seleccionado en 5.b] ¿Cuál es el precio promedio actual (en pesos)?	Inserte (precio/unidad) <i>Nota: Se aplicarán unidades normalizadas por categoría de artículos</i>
	e.) En los últimos 7 días, ¿Ha podido todavía costear aquellos productos que usted ha querido comprar y para los que ha experimentado un aumento en sus precios?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí – He podido costear todos estos productos - Sí – He podido costear algunos de estos productos - No – No he podido costear estos productos - No aplica/ prefiero no responder

PREGUNTAS DE COMERCIANTES

Pregunta de Investigación	Pregunta Cuestionario	Opciones de Respuesta
1.) ¿Cuáles son los niveles de existencias de los comerciantes y hasta qué punto son capaces de reabastecerse actualmente?	a). ¿Quiénes son sus clientes?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Consumidor final y otros comerciantes - Únicamente al consumidor final - Únicamente a otros comerciantes - No sé/ no quiero responder
	b) ¿Qué tipo de productos comercializa en su establecimiento?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Productos alimenticios - Productos no alimenticios - Productos alimenticios y no alimenticios - No lo sé / No quiero responder

	<p>c). (Si 'Productos alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b), ¿Cuántos días, en promedio, durará el inventario (por producto alimenticio) que actualmente tiene en su comercio?</p>	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Fríjoles - Lentejas - Pastas - Cebada - Pan - Sorgo - Harina - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Maíz - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	<p>d). (Si 'Productos no alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b), ¿Cuántos días, en promedio, durará el inventario (por producto no alimenticio) que actualmente tiene en su comercio?</p>	<p>Inserte el número de días por producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> -Jabón -Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> -Jabón de ropa -Cloro para desinfección - Otro (Especifique)

	e). ¿Actualmente, tiene escasez de inventario de algún producto?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé /Prefiero no responder
	f) (Si 'Productos alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b y si 'sí' a 1.e) Por favor, especifique los 5 productos alimenticios de los que actualmente tiene escasez (no tiene suficientes existencias)	Seleccione hasta 5 opciones: <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Frijoles - Lentejas - Pastas - Cebada - Pan - Sorgo - Harina - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Maíz - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	g) (Si 'Productos no alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí' a 1.e) Por favor, especifique los 3 productos no alimenticios de los que actualmente tiene escasez (no tiene suficientes existencias)	Seleccione hasta 3 opciones: <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> -Jabón -Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial

		<ul style="list-style-type: none"> - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> -Jabón de ropa -Cloro para desinfección - Otro (Especifique)
2.) ¿Cuáles son los desafíos, si los hay, que enfrentan los comerciantes al reabastecerse desde que se aplicaron las medidas gubernamentales relacionadas con el COVID-19?	a). Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿Se ha enfrentado a alguna dificultad para re abastecerse?	Elija una opción: <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé / Prefiero no responder
	b) (Si 'Sí' a 2.a) ¿Qué dificultades ha enfrentado para re abastecerse?	Elija múltiples opciones: <ul style="list-style-type: none"> - No puedo reabastecerme debido al cierre de la frontera con Venezuela - Los proveedores están en otro país (diferente a Venezuela) y hay restricciones para la entrada de sus productos - El cierre de las fronteras no ha permitido a mis proveedores nacionales reabastecerse en productos importados - Los proveedores han tenido que detener sus producciones - Los proveedores ya no tienen esos productos - El tiempo requerido entre el pedido y la entrega ahora es más largo - A nivel nacional, el transporte de mercancías entre municipios se ha hecho más lento debido a la crisis del COVID-19 - Hay escasez de transportistas - Mi proveedor ya no me da acceso a crédito - No tengo dinero suficiente para reabastecerme - Lo agentes comerciales de las empresas y mayoristas ya no nos visitan - Otro (Especifique)

	<p>c) (Si 'Productos alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí' a 2.a.) ¿Cuáles son los 5 productos alimenticios más afectados por esas interrupciones?</p>	<p>Seleccione hasta 5 opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Fríjoles - Lentejas - Pastas - Cebada - Pan - Sorgo - Harina - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Maíz - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	<p>d) (Si 'Productos no alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí' a 2.a.) ¿Cuáles son los 3 productos no alimenticios más afectados por esas interrupciones?</p>	<p>Seleccione hasta 3 opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> -Jabón -Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> -Jabón de ropa -Cloro para desinfección - Otro (Especifique)

	e) <i>[Para cada producto alimenticio seleccionado en el 2.c.]</i> ¿Dónde se encuentran los proveedores de los productos más afectados por las interrupciones?	Seleccione uno por cada artículo seleccionado en el 2.c. <ul style="list-style-type: none"> - Departamento 1 - Departamento 2 - Departamento 3 - Departamento 4 - Departamento 5 - Departamento 6
	f) <i>[Para cada producto no alimenticio seleccionado en el 2.c.]</i> ¿Dónde se encuentran los proveedores de los productos más afectados por las interrupciones?	Seleccione uno por cada artículo seleccionado en el 2.c. <ul style="list-style-type: none"> - Departamento 1 - Departamento 2 - Departamento 3 - Departamento 4 - Departamento 5 - Departamento 6
3.) ¿Los comerciantes reportan fluctuaciones de precios actuales o previstas? En caso afirmativo, ¿qué productos se ven afectados?	a) ¿Espera que los precios en general, de los productos que usted vende cambien durante el tiempo que apliquen las medidas oficiales sobre el COVID-19?	Seleccione varias opciones de 'Sí' o 'No hay cambio/no sé/prefiero no responder': <ul style="list-style-type: none"> - No cambien - Sí - Aumentar - Sí - Disminuir - No lo sé / Prefiero no responder
	b) (Si 'Productos alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios') a 1.b, y si "sí-aumentar" a 3.a) ¿Qué productos alimenticios cree que serán los más afectados?	Elija múltiples opciones: <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Frijoles - Lentejas - Pastas - Cebada - Pan - Sorgo - Harina - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano

		<ul style="list-style-type: none"> - Maíz - Tubérculos - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	<p>c) (Si 'Productos no alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí-aumentar' a 3.a) ¿Qué productos no alimenticios cree que serán los más afectados?</p>	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> -Jabón -Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> -Jabón de ropa -Cloro para desinfección - Otro (Especifique)
	<p>d) (Para cada uno de los productos seleccionados en 3.b y/o 3.c y si 'sí-aumentar' en 3.a) ¿Por qué espera que aumenten los precios de los productos?</p>	<p>Seleccione múltiples opciones para cada producto que seleccionó en 3.b y/o 3.c:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La tasa de cambio (COP/USD) está subiendo - Actualmente hay escasez en el inventario de estos productos - Gente vendrá aquí temporalmente para encontrar los productos que no están disponibles en ningún otro lugar. - Debido al cierre de la frontera ordenado por el Gobierno Nacional, el abastecimiento se hará más lento - El abastecimiento disminuirá debido a que los proveedores no están operando con normalidad (debido al distanciamiento social, el auto-aislamiento, etc.) - Otro (Especifique)

		<ul style="list-style-type: none"> - No lo sé / Prefiero no responder
	<p>e.) (Si 'Productos alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí-disminuir' a 3.a) ¿Qué productos alimenticios cree que serán los más afectados?</p>	<p>Elija múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carnes <ul style="list-style-type: none"> - Pollo - Res - Cerdo - Pescado - Granos <ul style="list-style-type: none"> - Arroz - Fríjoles - Lentejas - Pastas - Cebada - Pan - Sorgo - Harina - Frutas y Verduras <ul style="list-style-type: none"> - Tomate - Cebolla - Zanahoria - Plátano - Maíz - Tubérculos <ul style="list-style-type: none"> - Papa - Yuca - Lácteos y huevos <ul style="list-style-type: none"> - Huevos - Leche en polvo - Leche - Productos enlatados y no perecederos <ul style="list-style-type: none"> - Azúcar - Aceite - Sal - Atún - Otro (Especifique)
	<p>f.) (Si 'Productos no alimenticios' o 'Productos alimenticios y no alimenticios' a 1.b, y si 'sí-disminuir' a 3.a) ¿Qué productos no alimenticios cree que serán los más afectados?</p>	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de higiene personal <ul style="list-style-type: none"> -Jabón -Toallas desechables para secar las manos - Gel antibacterial - Productos para el hogar <ul style="list-style-type: none"> -Jabón de ropa -Cloro para desinfección - Otro (Especifique)

	g) (Para cada uno de los productos seleccionados en 3.e y/o 3.f y 'si 'sí- disminuir' en 3.a) ¿Por qué espera que disminuyan los precios de los productos?	<p>Seleccione múltiples opciones para cada producto que seleccionó en 3.e y/o 3.f:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La tasa de cambio COP/USD está bajando - Actualmente hay excedente de inventario de este producto - Hay una disminución general de la demanda debido a que la gente no está yendo a las tiendas o mercados - Hay una disminución de la demanda, pues la gente se está yendo de aquí para encontrar los productos que no están disponibles aquí. - Otro (Especifique) - No lo sé / Prefiero no responder
4.) ¿De qué manera las medidas sociales oficiales en torno al COVID-19 (es decir, el distanciamiento social, el aumento de las medidas de higiene, etc.) han influido en la disposición y capacidad de los comerciantes para seguir vendiendo productos básicos?	a.) Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿cuál ha sido el efecto de estas medidas sobre su comercio?	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las medidas han tenido un efecto positivo para mi negocio - Las medidas han tenido un efecto negativo para mi negocio - Las medidas no han tenido efectos sobre mi negocio - No lo sé / Prefiero no responder
	b). (Si 'Las medidas han tenido un efecto positivo para mi negocio' a 4.a) ¿Por qué las medidas han tenido este efecto sobre su negocio?	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El número de clientes diarios ha aumentado - En general, vendo más productos y con más frecuencia - Aumento de la demanda de productos específicos que vendo. - Mi capacidad de reabastecimiento ha sido más fácil - Los precios de los proveedores han disminuido

		- Otro (Especifique)
c). (Si 'Las medidas han tenido un efecto negativo para mi negocio' a 4.a) ¿Por qué las medidas han tenido este efecto sobre su negocio?	Seleccione múltiples opciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Baja cantidad de ventas diarias - Reducción de la demanda en general - Dificultades para abastecerse - Los precios de los proveedores han aumentado - Miedo a enfermarse por atender el negocio - Encontrarse enfermo(a) - Robos o asaltos a su negocio - Otro (Especifique)
d) (Si 'Las medidas no han tenido efectos sobre mi negocio' a 4.a) ¿Considera que durante el tiempo que duren las medidas oficiales sobre COVID-19, su negocio enfrentará algún desafío?	Elija una opción:	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé / Prefiero no responder
e) (Si 'Sí' a 4.d) ¿Cuáles de estos desafíos piensa que podría enfrentar su comercio?	Seleccione múltiples opciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Baja cantidad de ventas diarias - Dificultades para abastecerse - Precios muy altos de los proveedores - Miedo a enfermarse por atender el negocio - Encontrarse enfermo(a) - Robos o asaltos a su negocio - Otro (especifique)
f) Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿En su comercio, se han implementado para los clientes y personal algunas medidas de higiene recomendadas por el gobierno?	Elija una opción:	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé / Prefiero no responder
g) (Si 'Sí' a 4.f) ¿Cuáles de estas medidas?	Seleccione múltiples opciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de antibacterial - Uso de guantes - Uso de tapabocas - Límite de número personas en el local al mismo tiempo - No permitir la entrada de clientes a la tienda, por medio de una reja o barrera física

		<ul style="list-style-type: none"> - Proveer a los clientes facilidades para lavarse las manos - Distanciamiento en las filas - Atención prioritaria para adultos mayores - Otro (Especifique)
	h) Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿ha cambiado los métodos de pago en su comercio?	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé / Prefiero no responder
	i) (Si 'Sí' a 4.h) Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿Cuáles medios de pago ha estado implementado?	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efectivo (pesos colombianos) - Efectivo otra moneda - Dinero móvil (daviplata, nequi) - A crédito - Trueque - Tarjetas bancarias - Tarjetas de organizaciones humanitarias - Bonos/cupones de organizaciones humanitarias - Bonos/cupones del gobierno - Otro (Especifique)
5.) ¿Cuál es el impacto del COVID-19 y de las medidas de confinamiento del Gobierno sobre la estructura y capacidad del mercado (número, perfil y repartición geográfica de los comerciantes, capacidad global del mercado)?	a) Desde la toma de medidas oficiales ordenadas el 13 de marzo sobre el COVID-19, ¿El número de comercios y el tipo de comercios han cambiado en este municipio?	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí- el número de comercios que venden productos de higiene ha aumentado - Sí- el número de comercios que venden productos de higiene ha disminuido - Sí – el número de comercios que venden alimentos ha aumentado - Sí – el número de comercios que venden alimentos ha disminuido - Sí – el número de comercios que vende medicinas ha aumentado - Sí – el número de comercios que vende medicinas ha disminuido - Sí – el número de ventas ambulantes ha aumentado - Sí – el número de ventas ambulantes ha disminuido

		<ul style="list-style-type: none"> - Sí – el número de puesto de venta callejeros ha aumentado - Sí – el número de puesto de venta callejeros ha disminuido - Sí – Otro tipo de comercio (Especifique) - No – No ha habido cambios - No sé/ Prefiero no responder
	<p>b) ¿Siente que el mercado en este municipio tiene la capacidad de ofrecer a los consumidores los productos y las cantidades que están buscando (satisface la demanda actual)?</p>	<p>Elija una opción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - No lo sé / Prefiero no responder
	<p>c) (Si 'No' a 5.b) ¿Por qué considera que el mercado en este municipio no tiene la capacidad de ofrecer a los consumidores los productos y las cantidades que están buscando?</p>	<p>Seleccione múltiples opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El abastecimiento en el municipio no es suficiente para la demanda en general - El abastecimiento en el municipio no es suficiente para los productos que ahora están demandando los consumidores - Los productos que se comercializan normalmente en este municipio no son los que actualmente están siendo solicitados por los consumidores - Los precios están muy altos y los consumidores están yendo a otros mercados - Otra (Especifique)

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	# 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		<input type="checkbox"/> Si
	Número de individuos accediendo a productos/servicios de IMPACT	# 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		X Si
		# de visitas a x webmap/x dashboard	País solicita a HQ		<input type="checkbox"/> 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	Referencia_log	<i>Estrategias y respuesta de los socios del GIFMM/CWG en torno a Covid-19</i>
		# 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_Feedback and Usage_Survey template	N/A
		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 informados	Recomendaciones para fortalecer los programas de IMPACT			

	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	x Si
		# de organizaciones/ clústeres contribuyendo en el diseño de la investigación y en análisis conjunto			x Si
		# de organizaciones/ clústeres atendiendo a reuniones de presentación de hallazgos.			x SI