

**Evaluación de mercados WASH (agua, higiene
y saneamiento)**
Norte de Santander – resultados preliminares
Noviembre - Diciembre 2020

Agenda

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

Resumen general

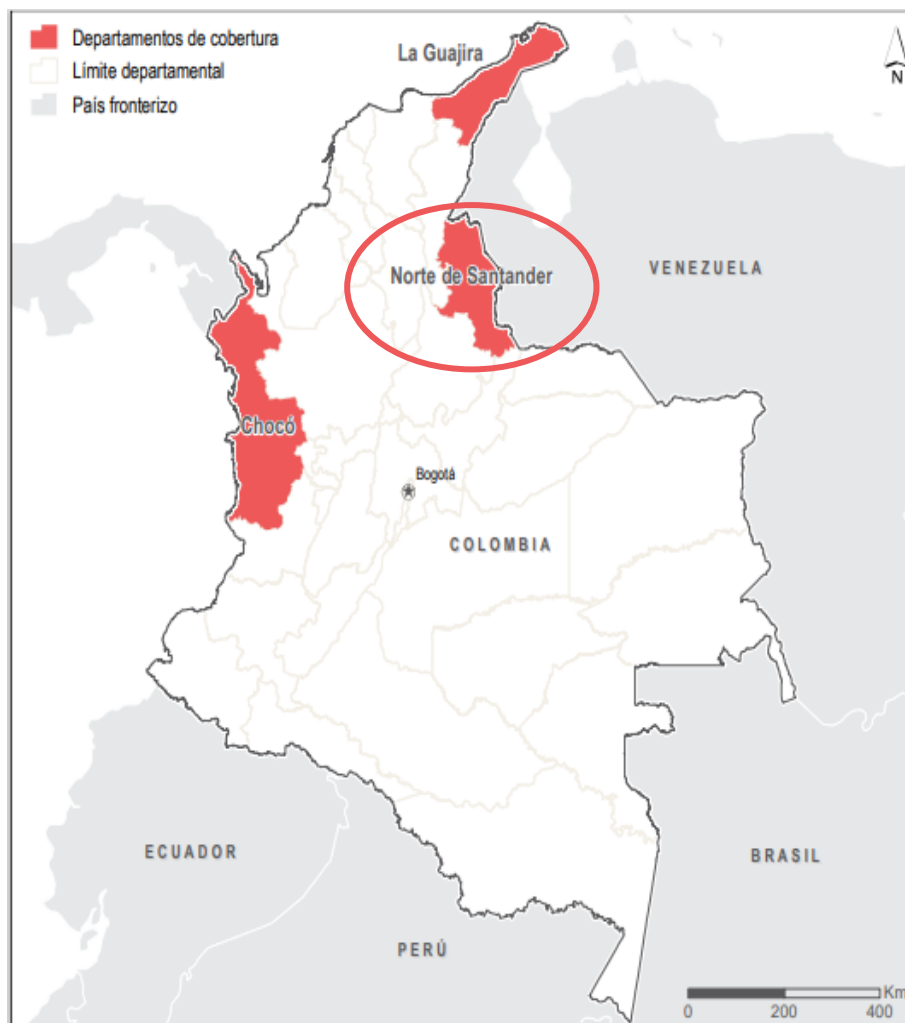
Objetivos de investigación:

1. Evaluar la **funcionalidad, los cambios de precios y las 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 a consumidores, comerciantes y prestadores de servicios
- Un mínimo de 4 encuestas con comerciantes por producto de interés por municipio cubierto
- 40 encuestas mínimo a consumidores por municipio
- 1 encuesta mínimo a cada tipo de prestador de servicios
- 4 semanas de recolección

Resumen general: cobertura



Período de recolección de información

25 de noviembre – 18 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

6

Municipios cubiertos

426

Consumidores entrevistados

180

Comerciantes entrevistados

29

Prestadores de servicios:

22 prestadores de agua

7 prestadores de aseo

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



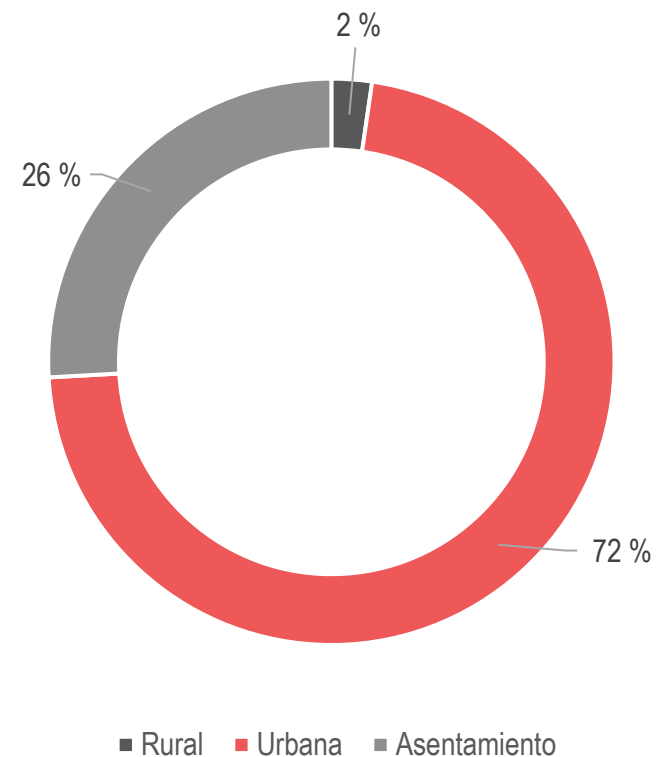
Resultados: consumidores de productos y servicios WASH

Consumidores: aspectos generales

Municipios donde se realizó recolección

- **San José de Cúcuta** → 139 consumidores
- **El Zulia** → 64 consumidores
- **Los Patios** → 41 consumidores
- **Pamplona** → 84 consumidores
- **Puerto Santander** → 52 consumidores
- **Villa del Rosario** → 46 consumidores

Ubicación del hogar



N= 426

Consumidores: aspectos generales

Composición del hogar

Los hogares encuestados están conformados en promedio por **4 personas**.



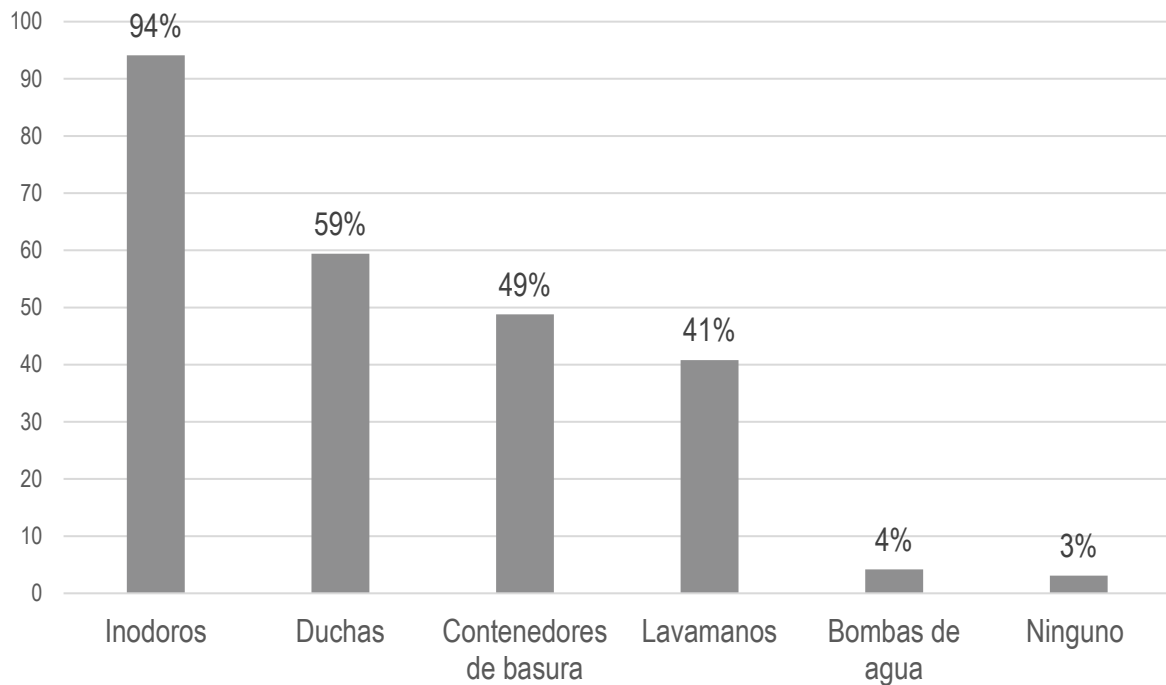
Nacionalidad*

Casi todos los hogares (**85%**) manifestaron ser de **nacionalidad colombiana** y solo un **23%** de ser de **nacionalidad venezolana** siendo un **7% de este total de ambas nacionalidades**.

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

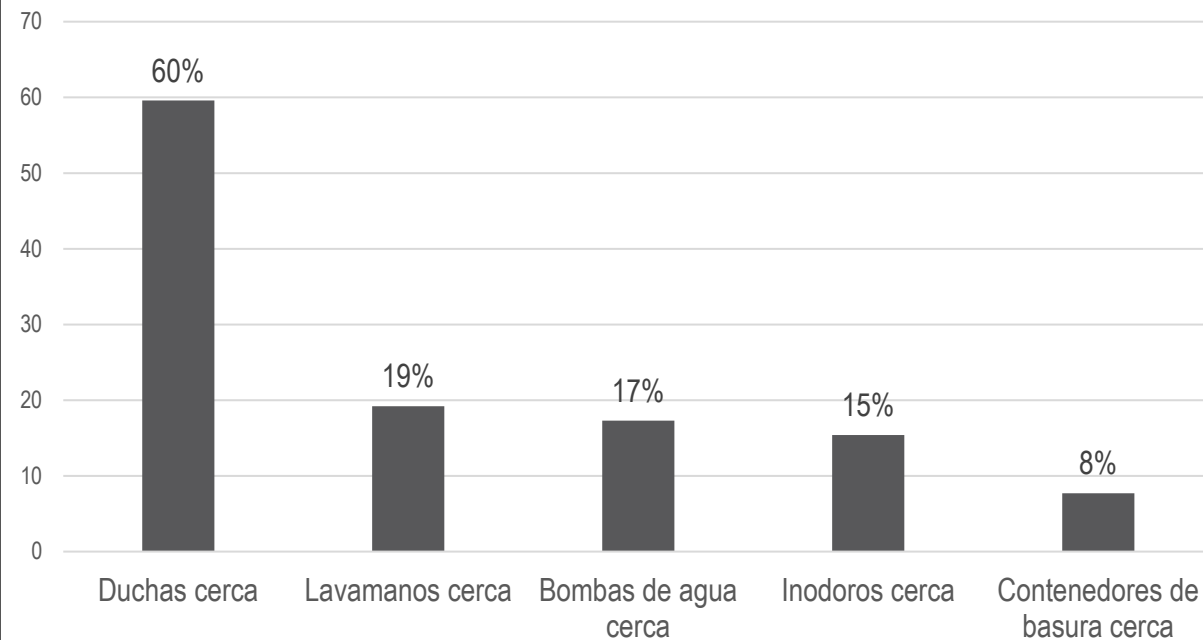
Consumidores: Equipamientos del hogar

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



N=426

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

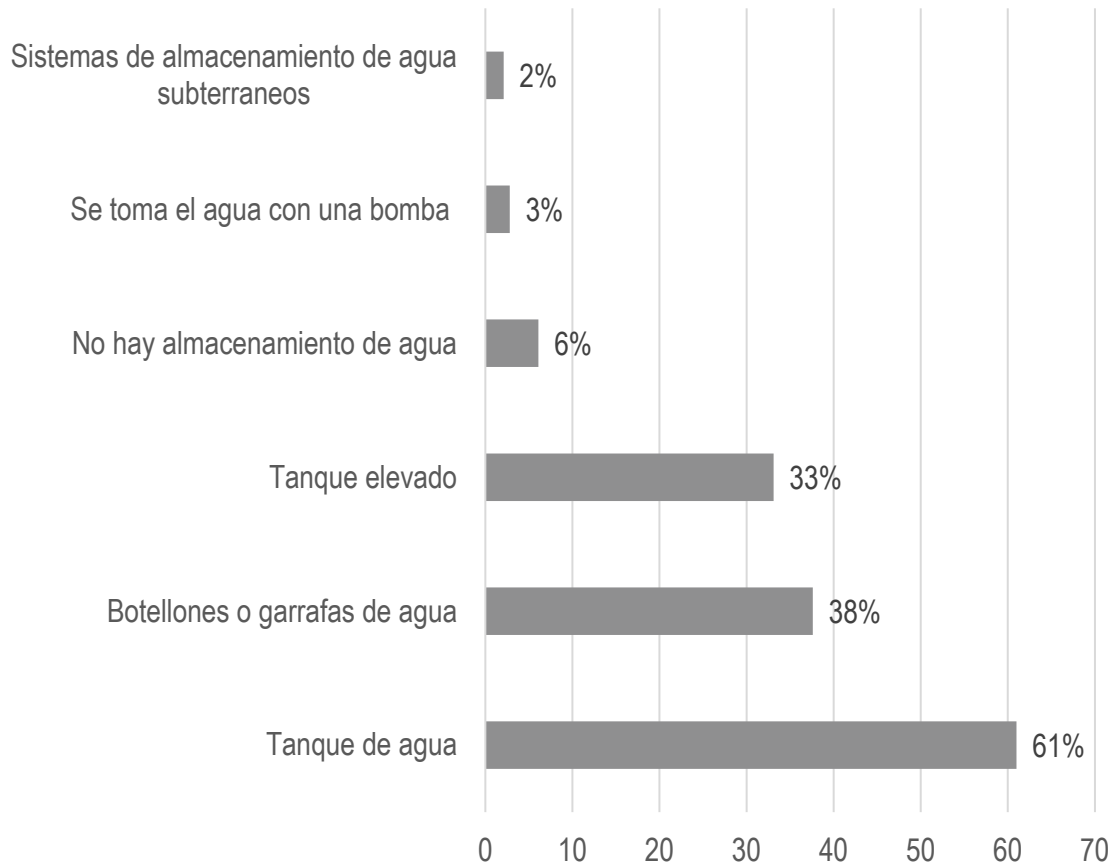


N=52

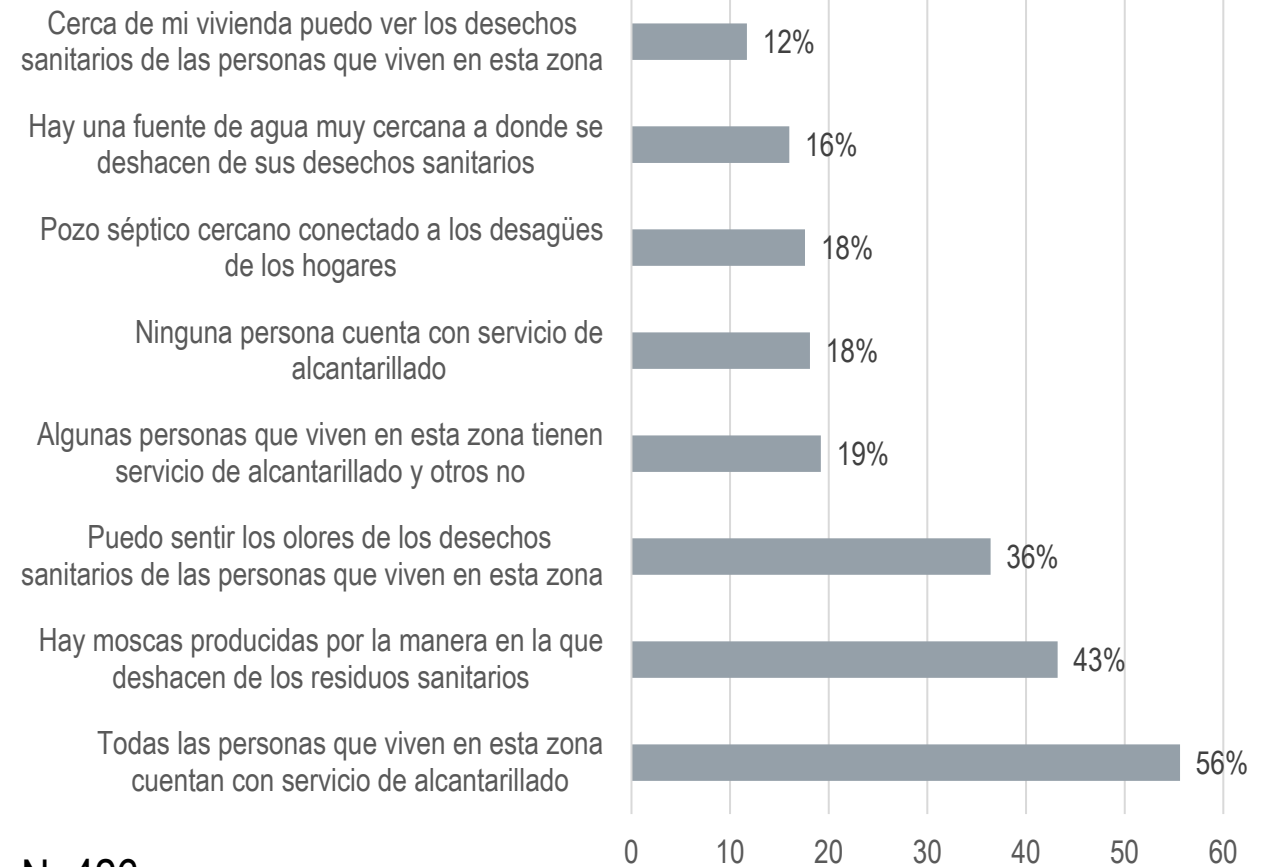
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Consumidores: Aspectos generales del hogar

Almacenamiento de agua*:



Manejo de aguas residuales*:



N=426

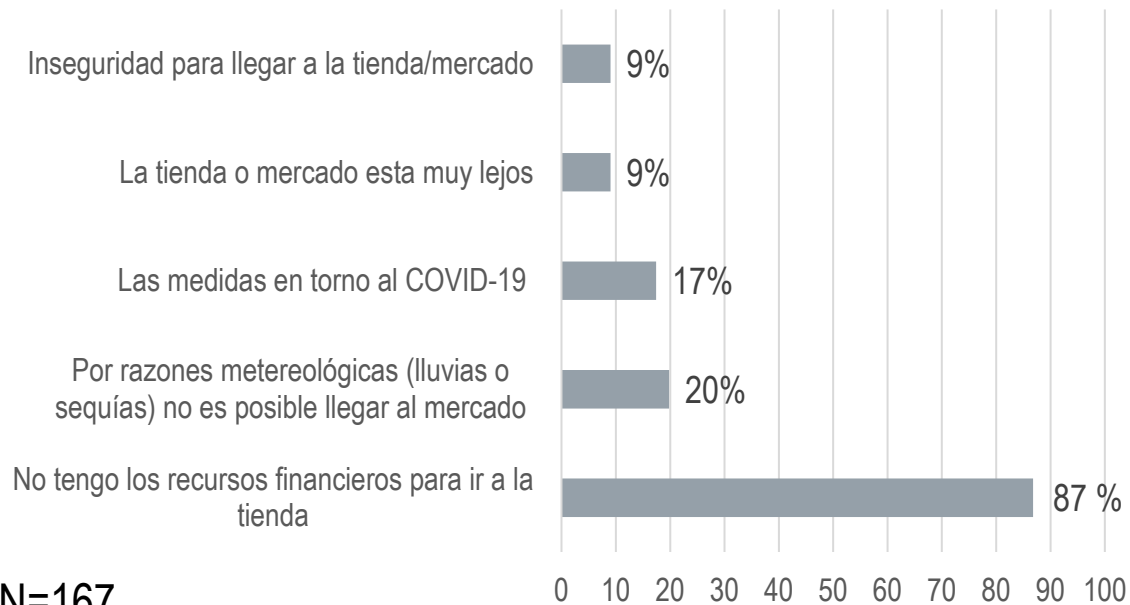
N=426

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

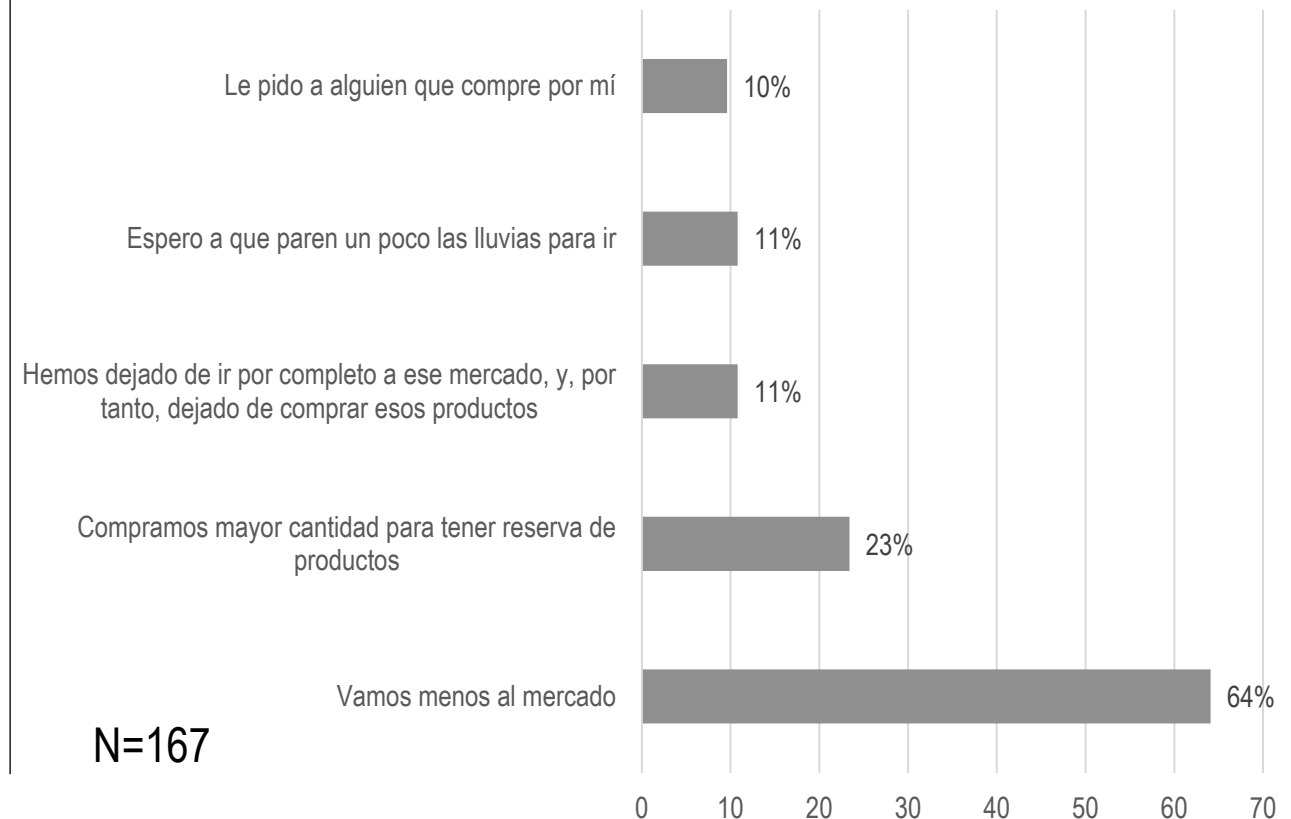
Consumidores: Acceso al mercado

El **39% (167)** de los consumidores encuestados manifestaron haber tenido **dificultades de acceso al mercado en los últimos 7 días** previos a la realización de la encuesta.

Principales razones por las cuales no pudieron acceder al mercado en los últimos 7 días:

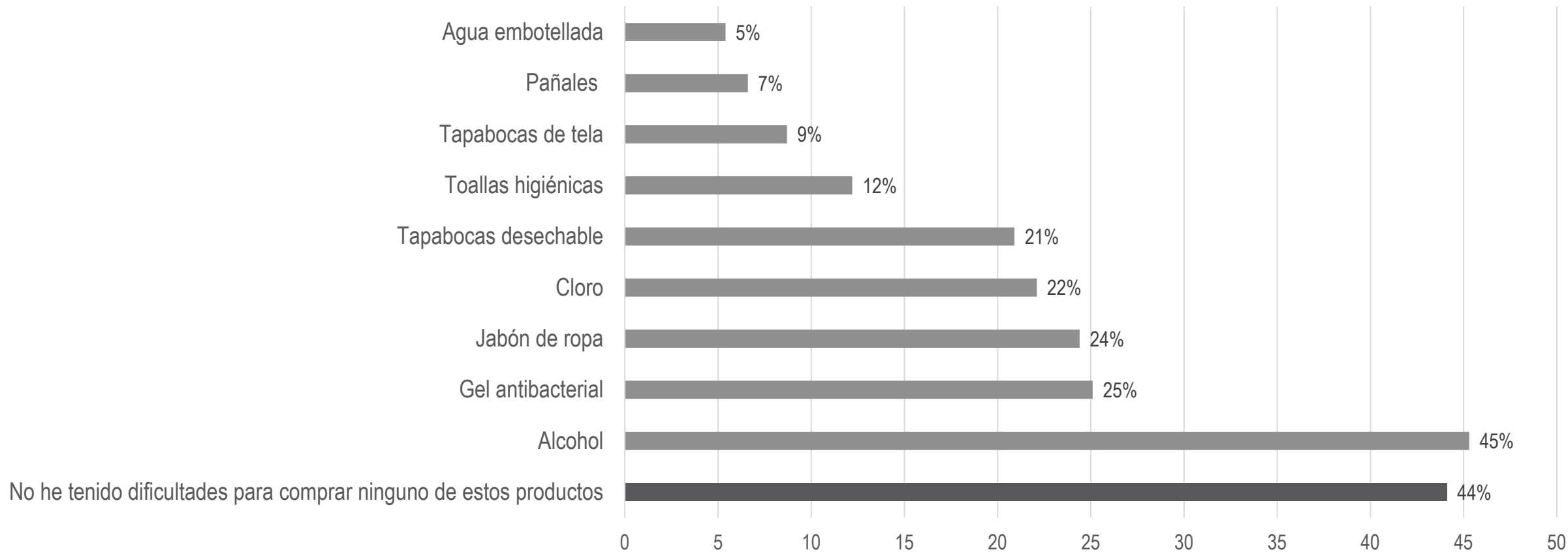


Medidas de afrontamiento más reportadas ante la falta de acceso al mercado en los últimos 7 días:



Consumidores: Productos con dificultad de compra

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



* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta (excepto aquellos que eligieron no haber tenido dificultades para comprar ningún producto), por lo que los porcentajes suman más de 100%.

N=426

Consumidores: Dificultades compra de productos

Las principales razones manifestadas como **dificultades para la compra**, en el mes previo a la recolección de datos, de estos productos fueron (N=238):

1. **No tengo los recursos financieros para comprar este producto (86%)**
2. **Los productos que quiero han subido de precio o están demasiado costosos (67%).**
3. **Los productos que yo quiero no están disponibles en las tiendas o mercados (7%).**
4. **Las marcas específicas que busco no están disponibles en las tiendas o mercados (7%).**

Las dos formas de afrontamiento reportadas, ante las dificultades de compra en el mes previo a la recolección de datos, fueron (N=237):

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

Cambio de Ingresos

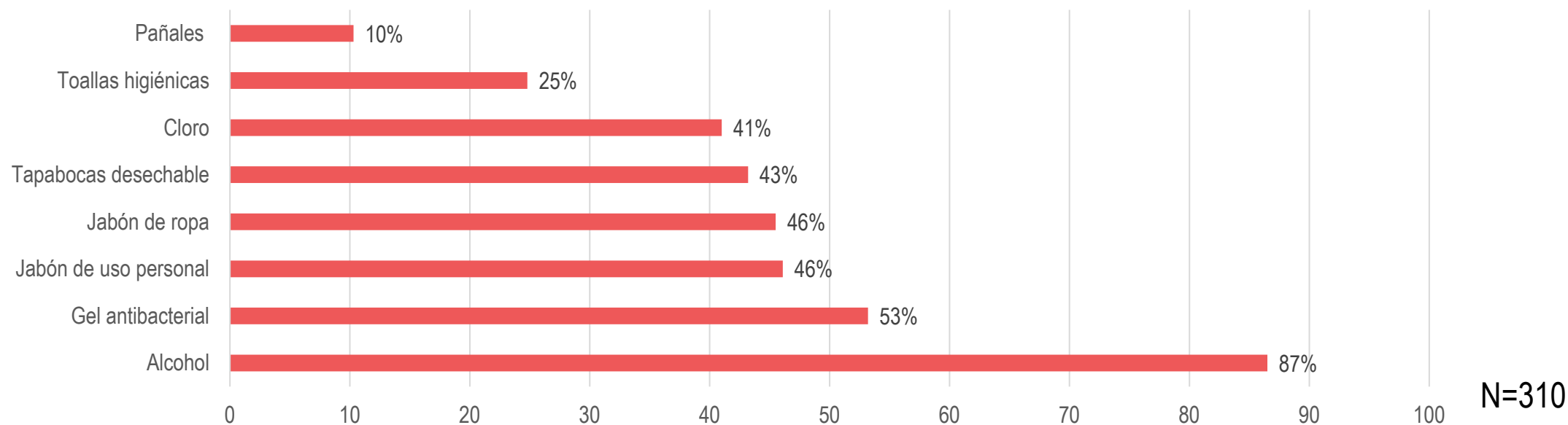
La mayoría de los hogares (77%) reportaron que el cambio en sus ingresos en el mes previo a la recolección de datos se debió a:
La situación del COVID-19 y sus regulaciones han limitado o detenido la generación de ingresos de los sostenes del hogar.

Consumidores: Aumento de precios

El 71% de los hogares reportó que los precios habían aumentado en el mes previo a la recolección de los datos, y sus medidas de afrontamiento más reportadas fueron:

1. Ahora, compramos de una marca más barata de ese producto (78%).
2. Reemplazar el producto, por uno diferente, que cumpla una función similar (43%).

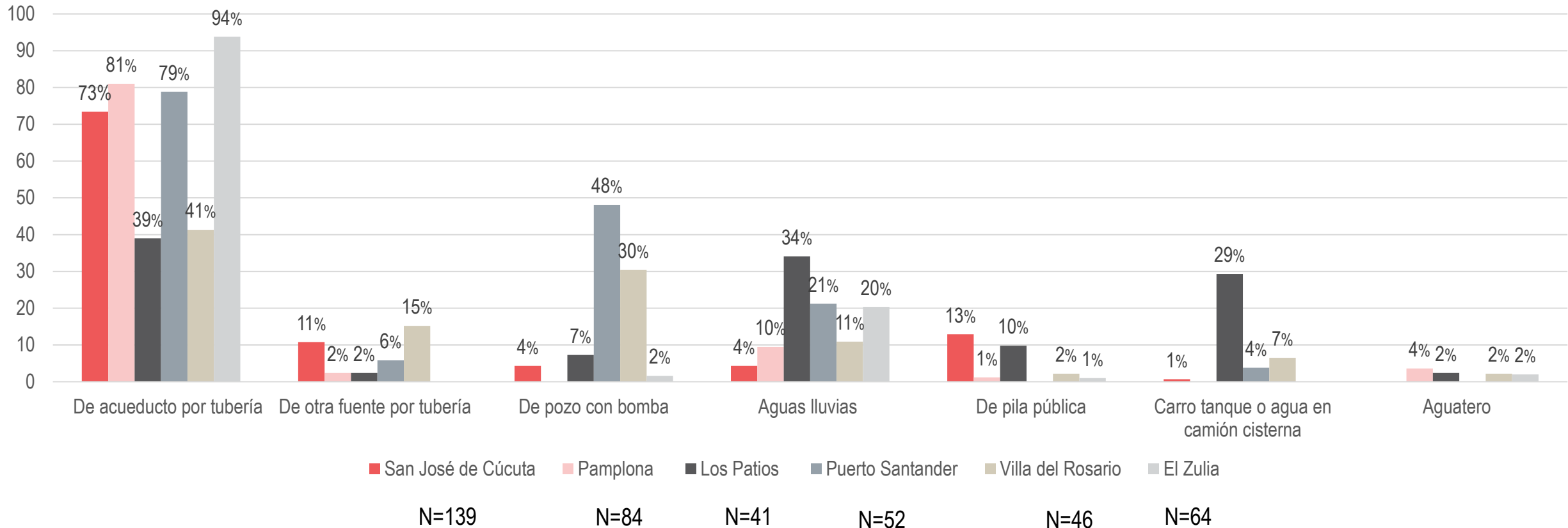
Productos mayormente afectados por el cambio en los precios*



* 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

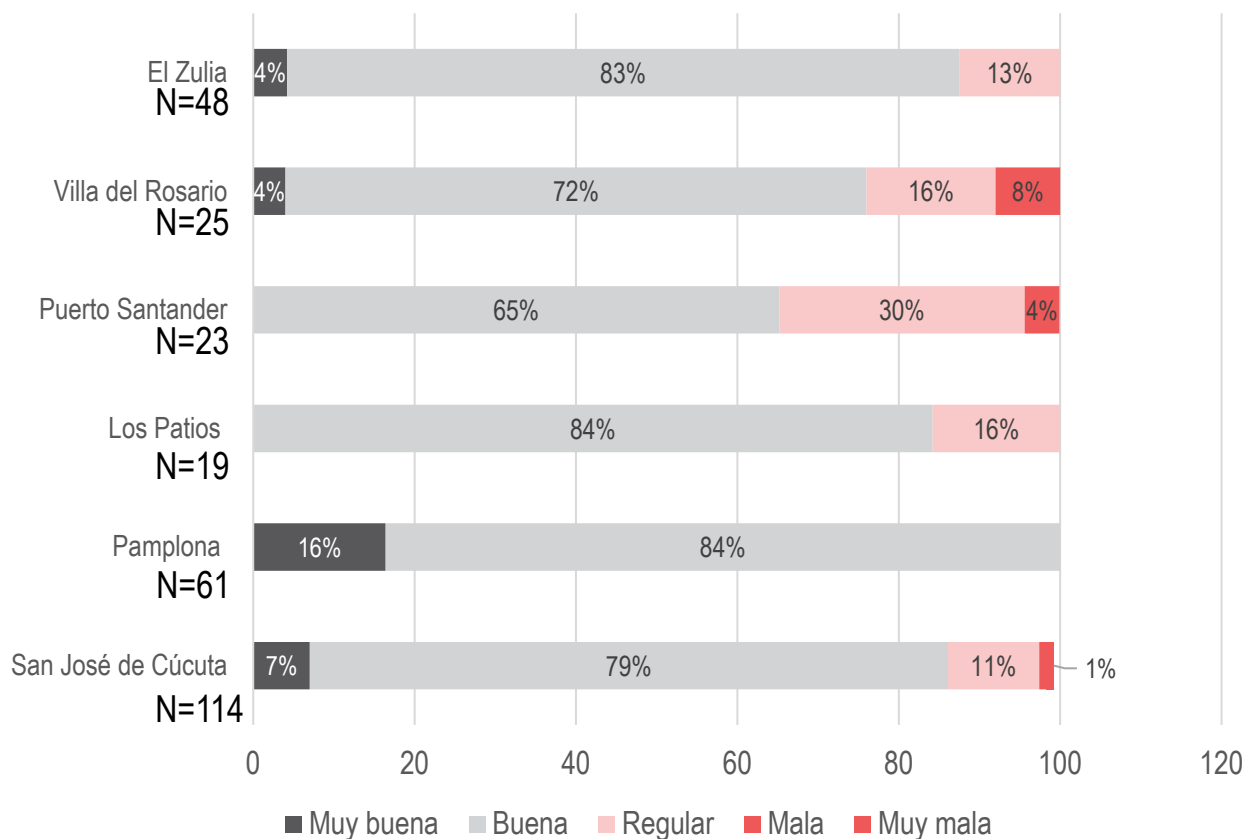
Formas de acceso al servicio de agua por municipio*:



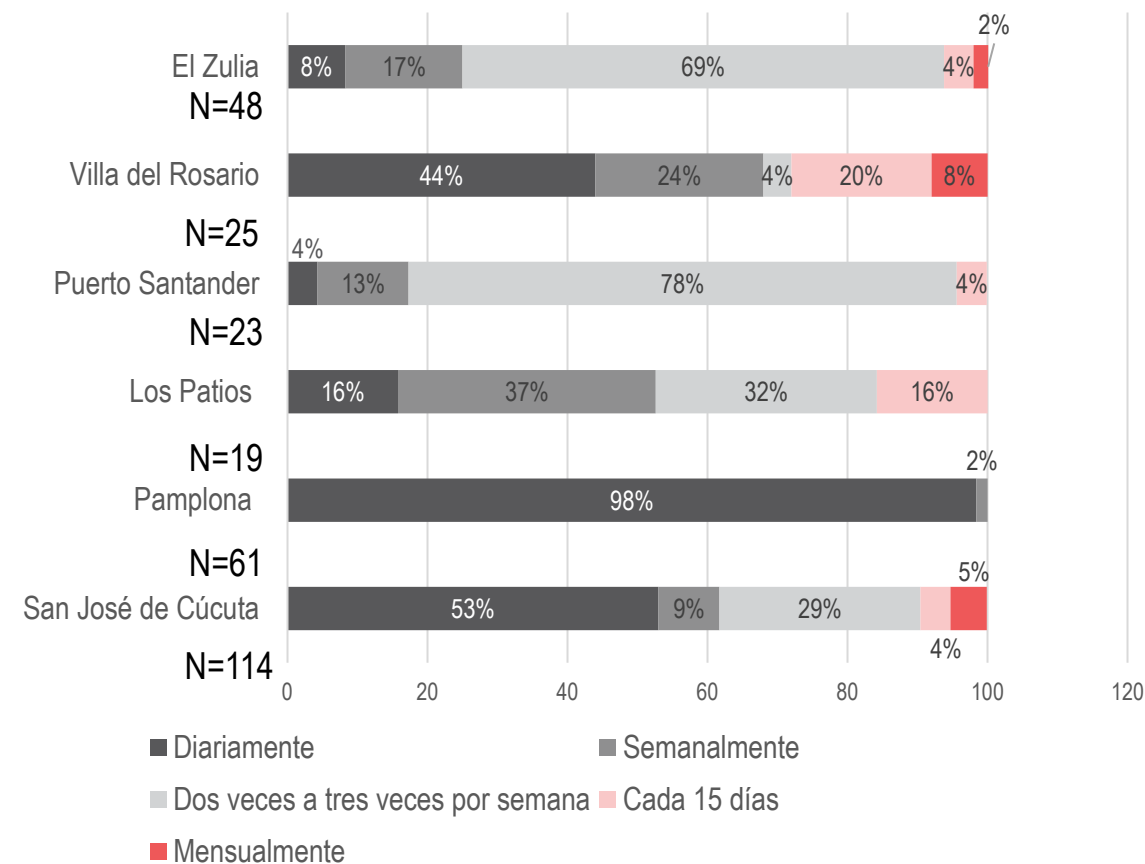
* Por favor, tener en cuenta que los encuestados pueden elegir varias opciones de respuesta, por lo que los porcentajes suman más de 100%.

Consumidores: Características del servicio del agua antes de la pandemia

Calidad del agua reportada por los consumidores:

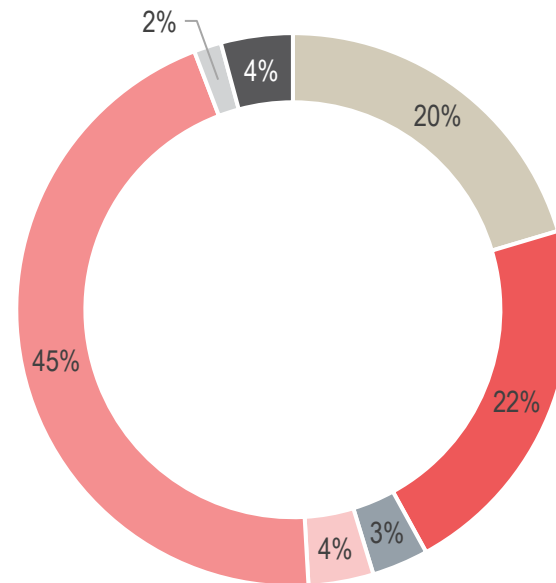


Continuidad del servicio



Consumidores: Potabilización del agua

Potabilización del agua

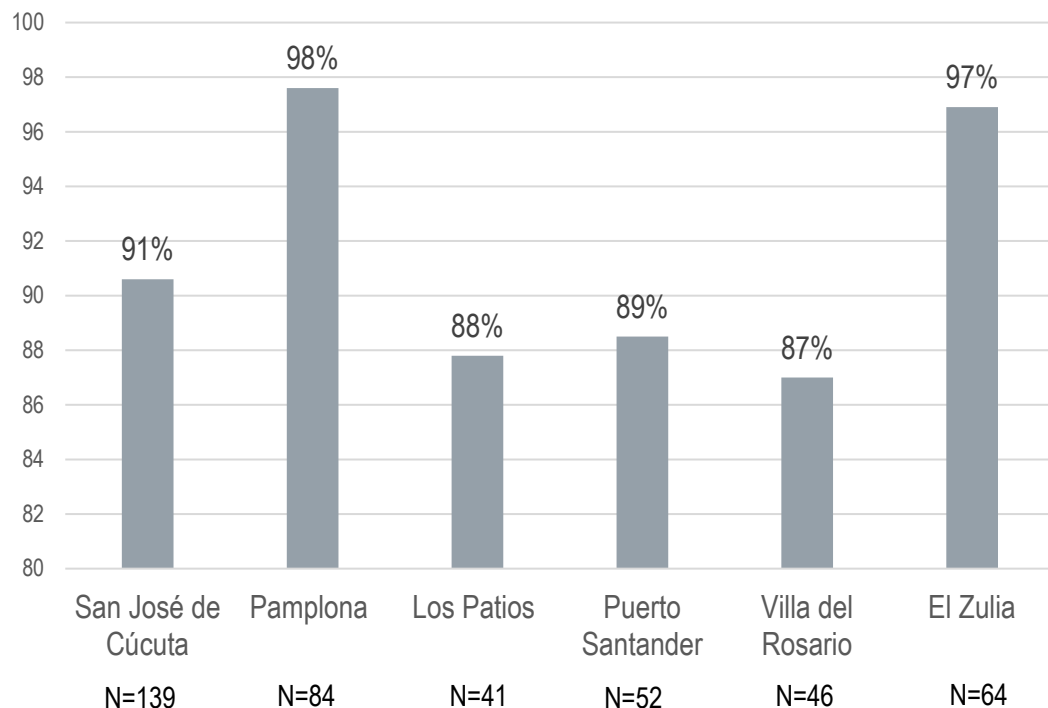


- Llega potable
- Sistemas de filtración (velas, vasijas o micro membranas)
- Se hierva
- Otro (especifique)
- No la potabilizamos
- Se usan pastillas
- Compra de agua embotellada

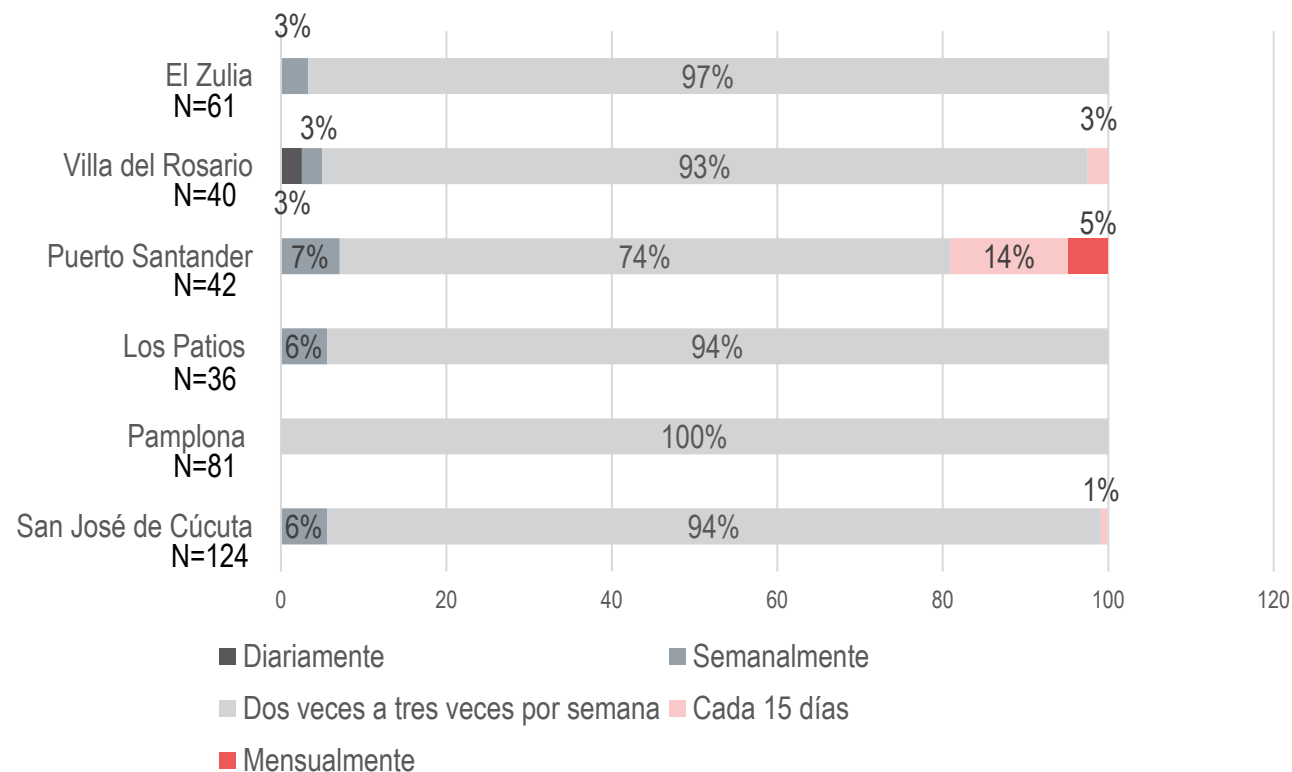
N=426

Consumidores: disposición de residuos sólidos

Por recolección pública, privada o comunitaria*:



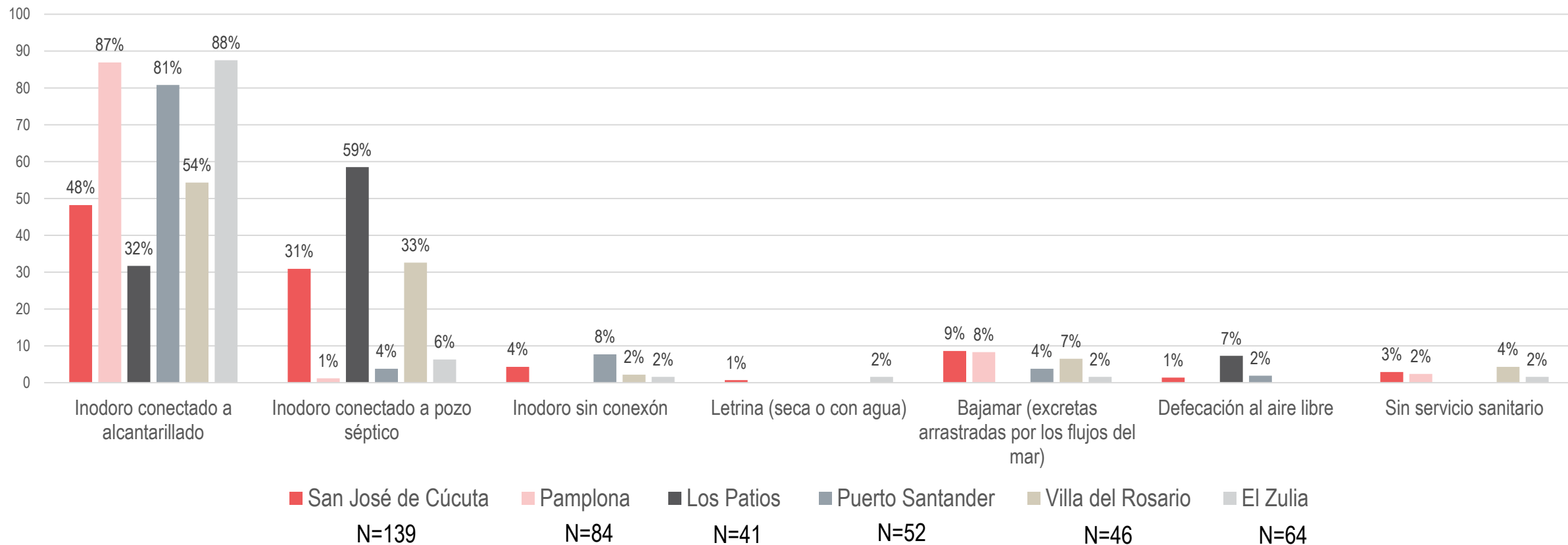
Regularidad del servicio de recolección de basuras:



* Este es una de las modalidades de disposición de residuos sólidos. 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 alcantarillado

Manejo de las excretas sanitarias:



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



Resultados: comerciantes de productos WASH

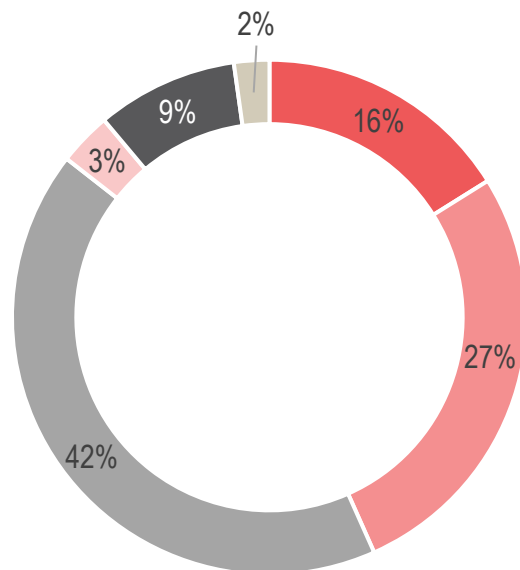
Comerciantes: Aspectos Generales

Municipios de recolección:

- San José de Cúcuta → 25 comerciantes
- El Zulia → 31 comerciantes
- Los Patios → 35 comerciantes
- Pamplona → 36 comerciantes
- Puerto Santander → 31 comerciantes
- Villa del Rosario → 22 comerciantes

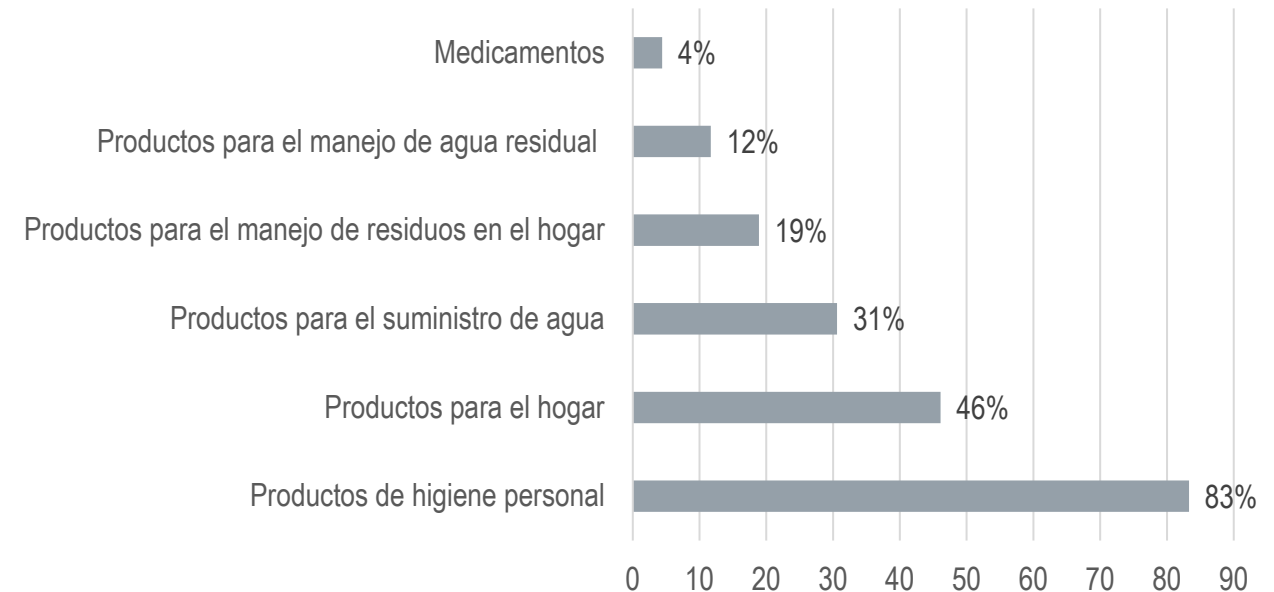
Tipos de comercios:

- Ferretería
- Droguería
- Tienda de barrio
- Plazas de mercado
- Tiendas de abarrotes
- Cacharrería



La mayoría de los comerciantes fueron minoristas (88%), únicamente un 2% fueron mayoristas y un 10% fueron comerciantes tanto mayoristas como minoristas.

Categorías de productos vendidos:*

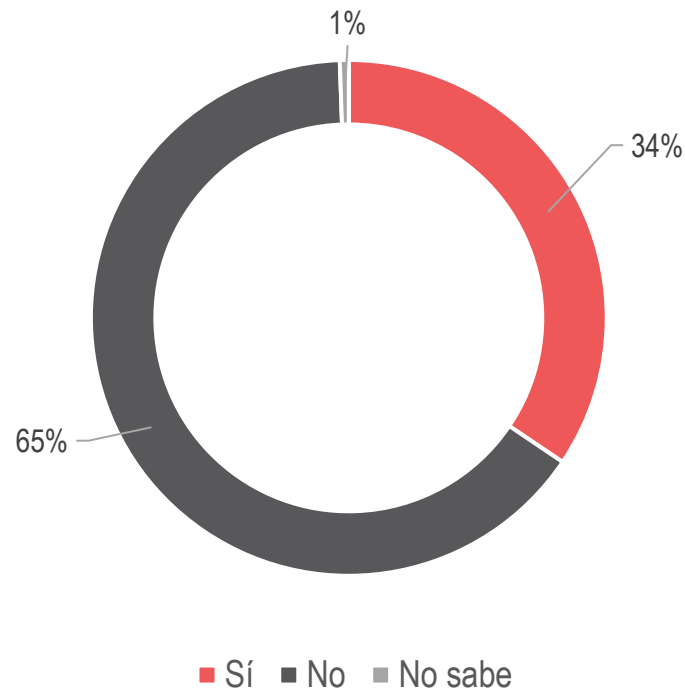


N=180

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

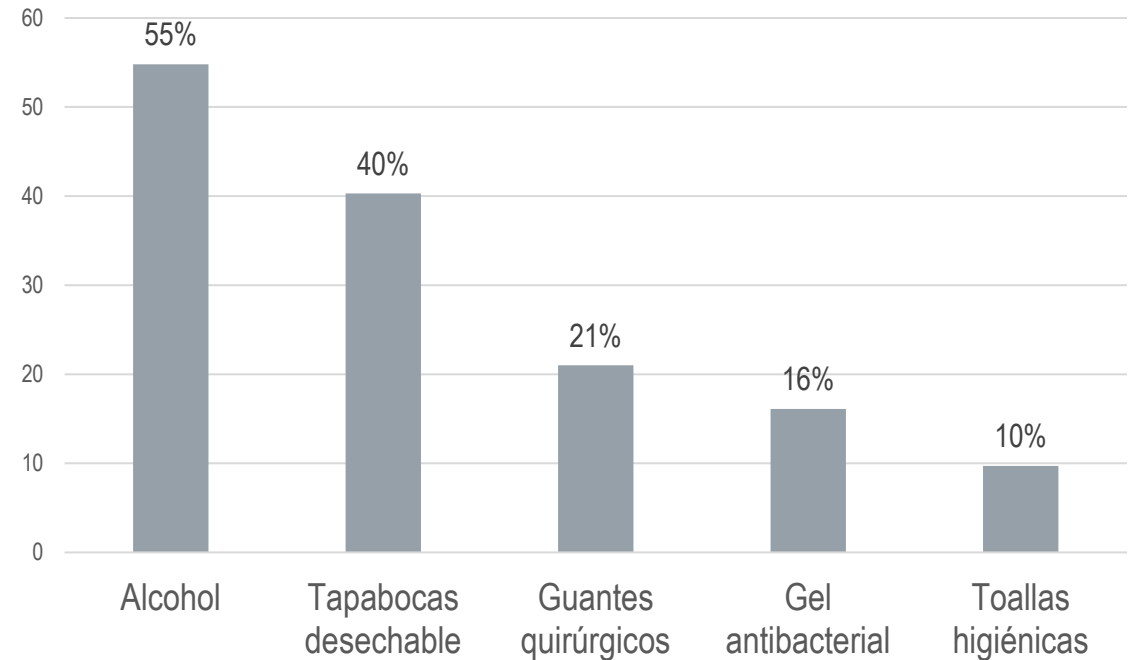
Comerciantes: Escasez

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



N=180

Cinco productos reportados con mayor escasez en el mes previo a la recolección de datos:*

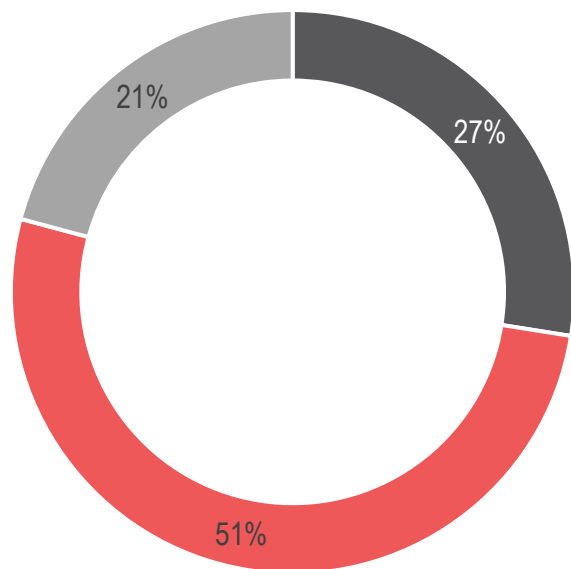


N=62

* 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

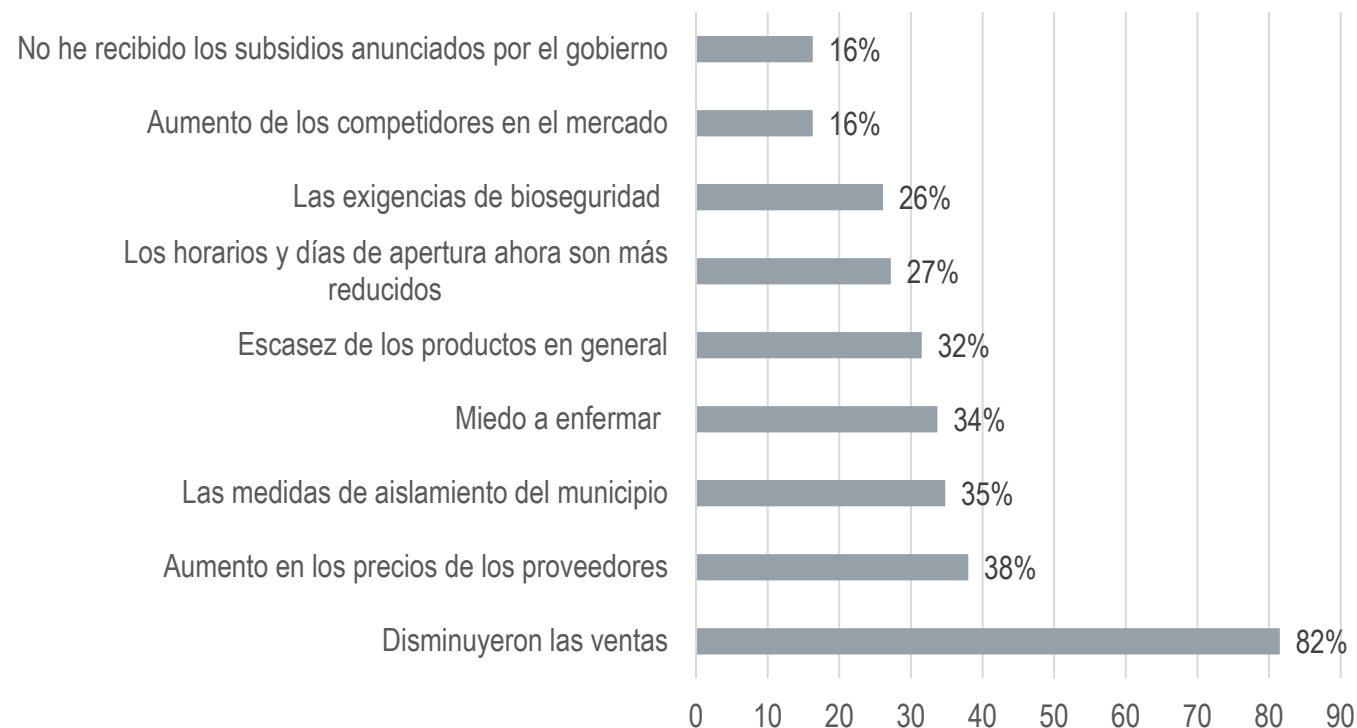
Efectos reportados por los comerciantes que ha tenido el COVID-19 en los comercios:



N=180

■ Positivo ■ Negativo ■ No han tenido efecto

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

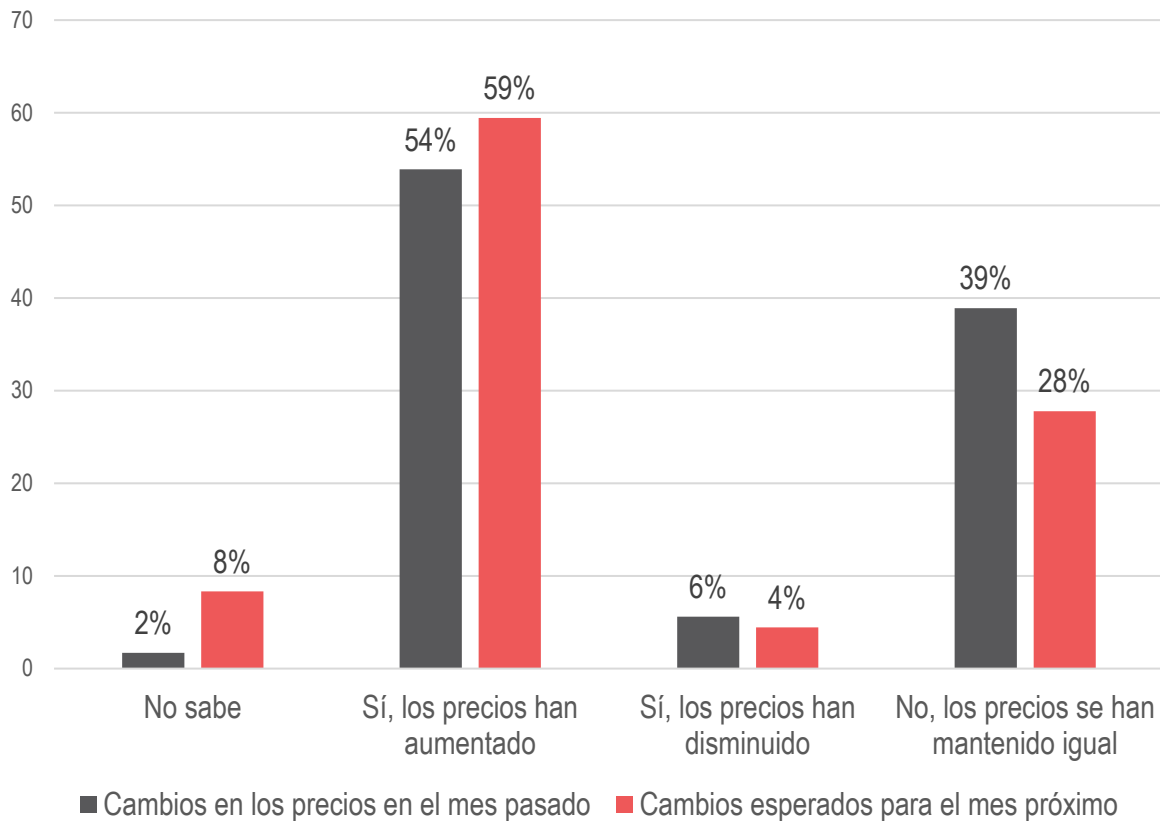


N=92

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

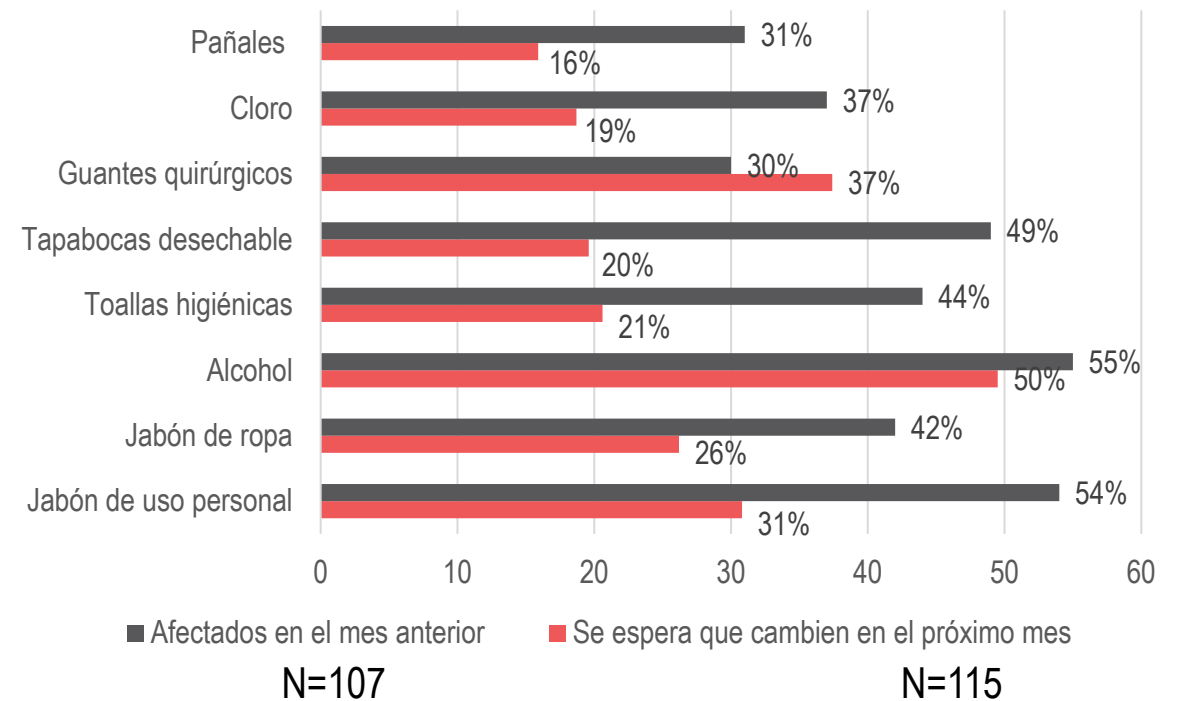
Comerciantes: Cambios en los precios

Cambios en los precios reportados por los comerciantes:



N=180

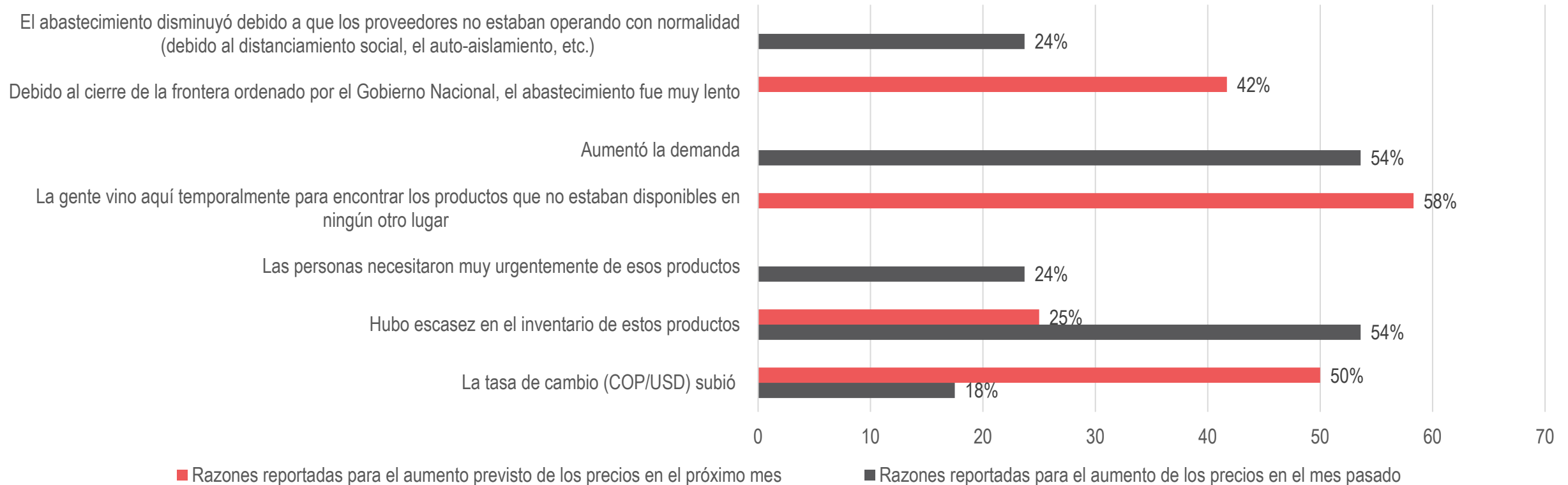
Productos reportados como afectados por el cambio en los precios y los que se espera se vean afectados:*



* 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:*



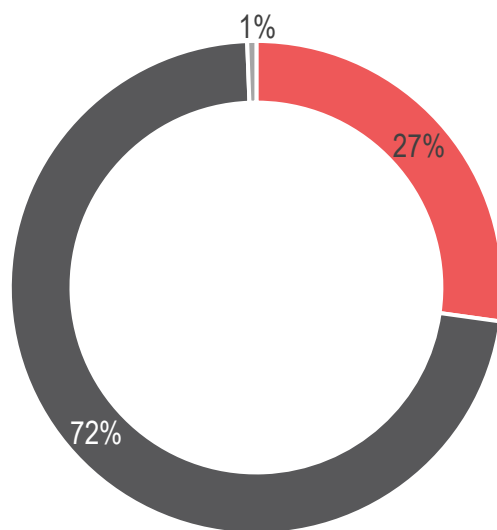
N=105

N=97

* 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:



N=180

■ Sí ■ No ■ No sabe

Artículos reportados con mayor dificultad para reabastecerse:



N=49

* 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



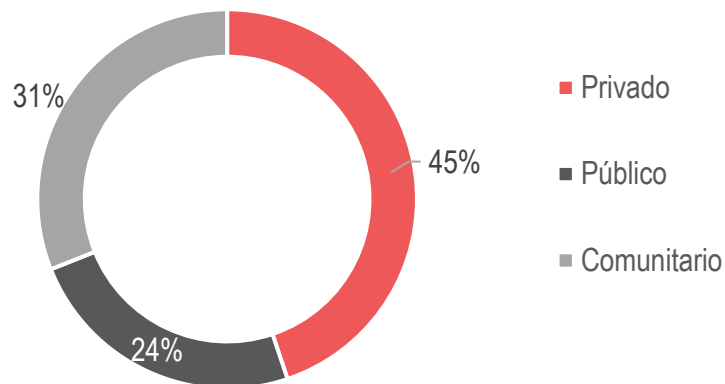
Prestadores de servicios: Perfil general del prestador de servicios

Municipios de recolección

- **San José de Cúcuta** → 6 prestadores de servicios
- **El Zulia** → 3 prestadores de servicios
- **Los Patios** → 11 prestadores
- **Pamplona** → 4 prestadores de servicios
- **Puerto Santander** → 2 prestadores de servicios
- **Villa del Rosario** → 3 prestadores de servicios

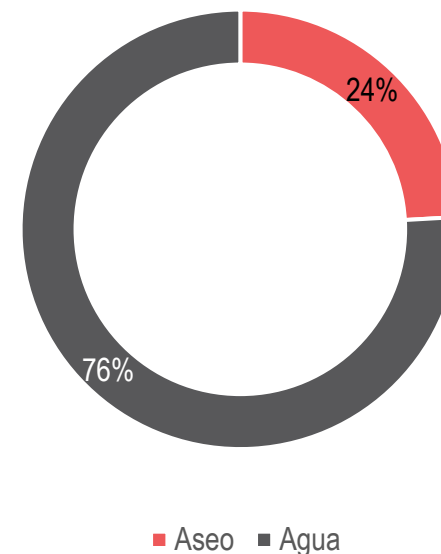
Se entrevistaron prestadores de servicio de **aseo** (7) y de **agua** (22)

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



N=29

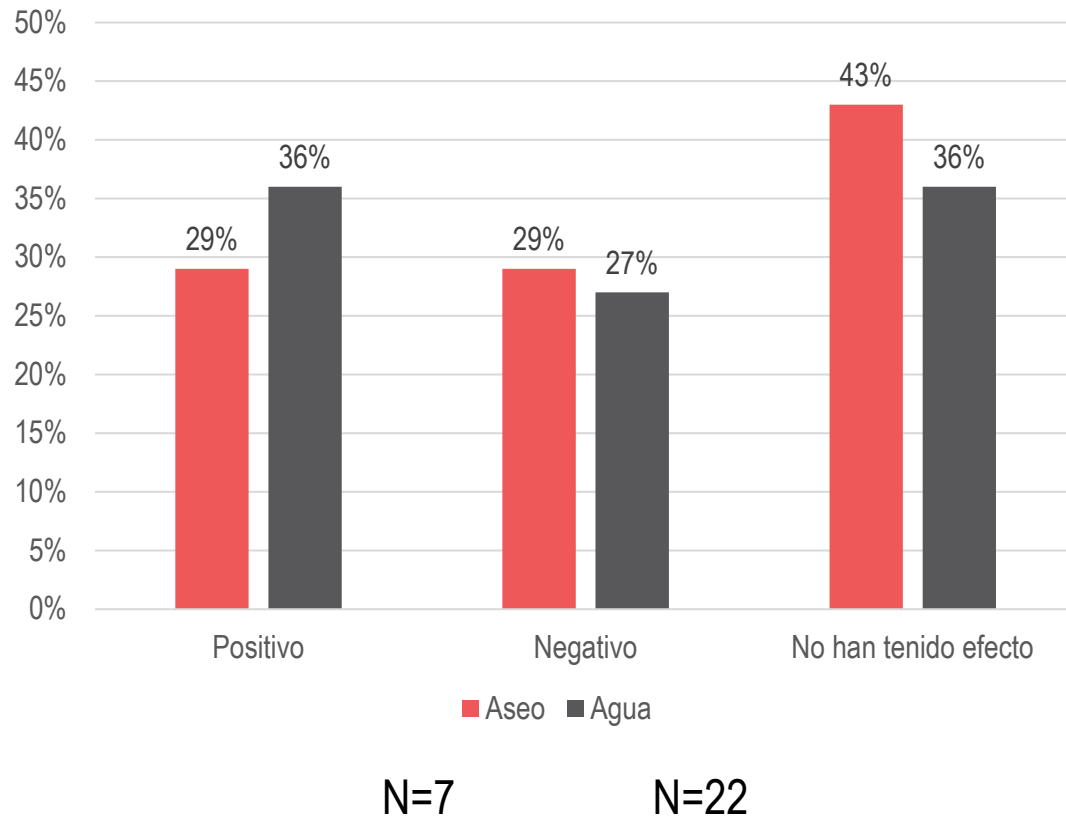
Proporción de cada tipo de prestador de servicios



N=29

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:



Efectos positivos generados por el COVID-19, reportados por los prestadores de servicios:

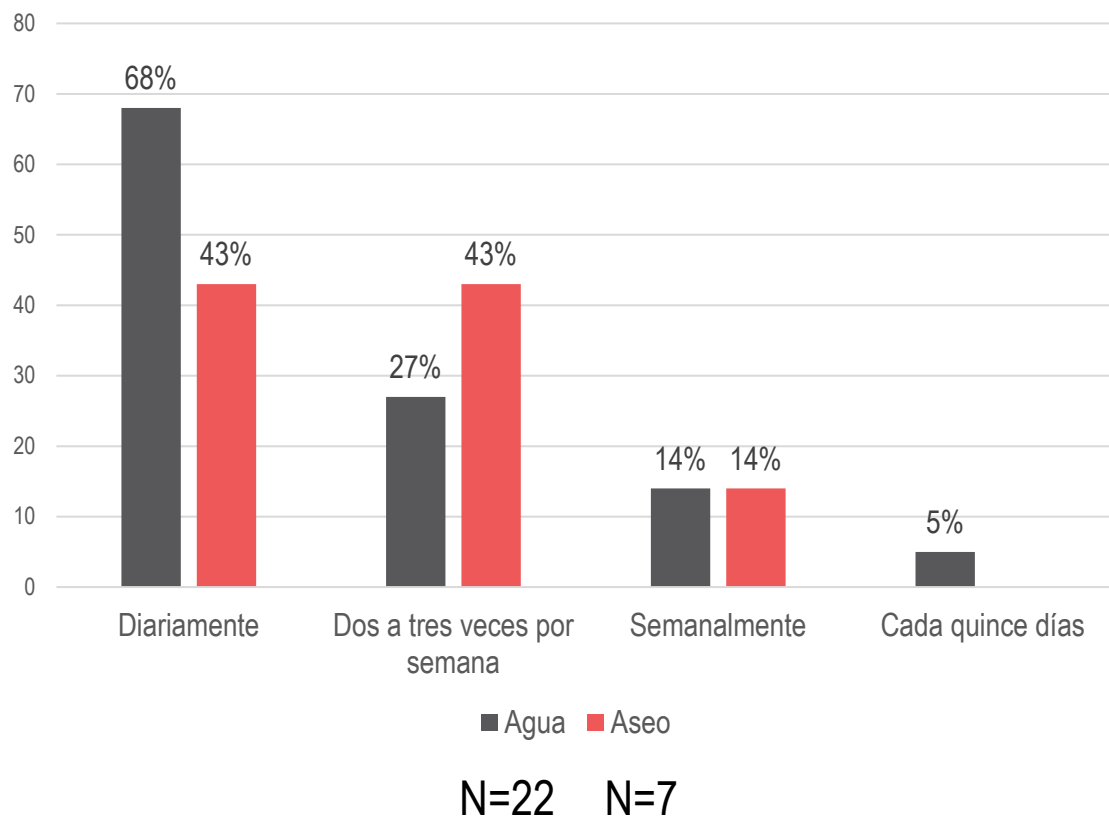
- **La demanda del servicio aumentó** (1 prestador de aseo y 2 prestadores de agua).
- **Debido al aumento de la demanda por la situación del COVID-19 se amplió la cobertura del servicio** (1 prestador de aseo y 3 prestadores de agua)

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

1. **La demanda del servicio disminuyó** (1 Prestador de aseo y 1 Prestador de agua)
2. **Por las restricciones de movilidad debido a la pandemia no se puede llegar a zonas de venta habituales.** (1 Prestador de Agua)
3. **Los estándares de calidad del agua ahora son más estrictos.** (1 Prestador de Agua)

Prestadores de servicios: Aspectos generales del servicio

Frecuencia de la prestación del servicio



Zonas de prestación del servicio

La mayoría de los prestadores de servicios de aseo (86% - 6 prestadores) manifestaron que **van a todas las zonas donde pueden prestar el servicio.**

Por su parte la mayoría de los prestadores del servicio de agua (81% - 18) mencionaron que **van a todas las zonas donde pueden prestar el servicio, pero hay 4 (18%) de ellos que mencionaron no hacerlo.**

¿Preguntas?

Gracias

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

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