



ENCUESTAS DE MERCADO

VOLUMEN I

Caja de herramientas para la realización de estudios de mercado en el terreno

Contenido

Introducción	2
Sección 1	
Encuesta de mercados para comerciantes	5
Sección 2	
Encuesta de Mercado a fuentes calificadas.....	11
Sección 3	
Encuesta de Precios	15
Sección 4	
Encuesta de Mercado en 72 horas después de una emergencia	18
Sección 5	
Encuesta de Percepción de mercado para beneficiarios.....	21
Anexos	25
Conceptos Claves	36

Introducción

El equipo de Análisis y Seguimiento de la Seguridad Alimentaria de la Oficina Regional para América Latina y el Caribe del Programa Mundial de Alimentos presenta esta caja de herramientas para llevar a cabo encuestas de mercado. Estas facilitan un vistazo a aspectos fundamentales como funcionalidad, estructura, precios, volúmenes de ventas, relación de oferta y demanda, acceso, disponibilidad de productos y percepciones de los usuarios en mercados seleccionados. El análisis es fundamental para la toma de decisiones sobre modalidades de asistencia alimentaria por parte del PMA y sus socios de gobierno y la sociedad civil.

Esta caja de herramientas se divide en cinco guías:

- Sección I:** Guía para el cuestionario de mercados para comerciantes
- Sección II:** Guía para el cuestionario a fuentes calificadas
- Sección III:** Guía para el cuestionario de precios
- Sección IV:** Guía para el cuestionario de mercado en 72 horas después de una emergencia
- Sección V:** Guía para el cuestionario de percepción de mercado para beneficiarios

En **Anexos** se incluyen los instrumentos referente a cada encuesta:

- Anexo I:** Cuestionario de mercados para comerciantes
- Anexo II:** Cuestionario de mercado para entrevistas a fuentes calificadas
- Anexo III:** Boleta para recolección de datos de Precios
- Anexo IV:** Boleta para la recolección de datos de mercados en 72 horas
- Anexo V:** Cuestionario de percepción de mercado para beneficiarios

La preparación de las guías estuvo a cargo del consultor internacional **Adolfo Álvarez**, doctor en económica agrícola, agroalimentaria y rural, con 30 años de experiencia en las áreas de estudios de mercados agroalimentarios, políticas públicas, seguridad alimentaria, competitividad de cadenas agroalimentarias, desarrollo rural y proyectos productivos en México y distintos países de América Latina.

Los cuestionarios son un trabajo de VAM. Las guías han sido revisadas y editadas por Byron Ponce-Segura, Asesor Regional de la Unidad de Análisis y Seguimiento de la Seguridad Alimentaria y Ana Gómez-Sánchez, Oficial de Análisis de Vulnerabilidad y Cartografía de la Seguridad Alimentaria (VAM) de la Oficina Regional para América Latina y el Caribe en Panamá.

Este material ha sido financiado por el Departamento de Desarrollo Internacional del gobierno del Reino Unido (UK). Las opiniones expresadas no reflejan necesariamente las políticas oficiales del gobierno británico.

Para consultas, dirigirse a:

Byron Ponce Segura, Asesor Regional (byron.poncesegura@wfp.org)

Ana Gomez-Sanchez, Oficial VAM (ana.gomez@wfp.org)



Fotografía: WFP/ William Reina

SECCIÓN I

Encuesta de Mercados para Comerciantes

Sección I

Encuesta de Mercados para Comerciantes

Este cuestionario está dirigido a comerciantes, que son los agentes encargados de la venta de productos y también de la compra, generalmente al por mayor (a mayoristas). En este caso, el enfoque son aquellos comerciantes de alimentos, que realizan operaciones de abastecimiento adquiriendo productos agrícolas y alimentarios con proveedores que llegan a su negocio o comunidad o, en su defecto trasladarse a zonas de producción o a otros mercados, lo que implica disponer de con medios de transporte. Al contar con los productos es factible que tengan espacio para almacenamiento o tengan que realizar alguna función mínima para acondicionar y conservar sus productos. A la vez, realizan ventas de sus productos a clientes, que suelen ser los minoristas y/o directamente los consumidores, por lo cual se tienen que apegar a ciertas reglas de mercado como precios, calidad del producto y oportunidad para las ventas, entre otros.

Una característica de este cuestionario es que se deben respetar las reglas de un muestreo sistemático, salvo que se adopte una selección dirigida de los/as comerciantes, bajo los criterios incluidos en la Nota 1 que se encuentra en las indicaciones del cuestionario, que implica que el/la encuestador/a antes de cualquier iniciativa debe comprender perfectamente las opciones para seleccionar a los/as comerciantes a entrevistar.

En caso de proceder al cálculo por muestreo sistemático debe tener en cuenta que la unidad de análisis es el mercado, que se concibe en este caso como el lugar donde se concentran los/as comerciantes para efectuar sus ventas y, por ende, puede tener un centro de administración mínimo, para asignar los comercios y el arreglo de los espacios de cada comerciante, entre otros aspectos. Una vez ubicado el mercado se acudirá con los responsables de la administración del mismo o, en caso de no haber esta figura o estar ausente, se identificará a un/a informante clave, que puede ser un/a empleado/a municipal o bien uno de los/as comerciantes que tenga más antigüedad en el mercado. Con este personaje se obtendrá el número de comerciantes que se encuentran en el mercado, dato que representa la N . Ese número se dividirá entre 5, lo que equivale a considerar que se va a muestrear el 20 % de los comerciantes. El resultado de esta

división será nuestra h , siguiendo la definición referida. En síntesis:

N = Número total de comerciantes en un mercado.

h = Número de comercios seleccionados para aplicar entrevistas a sus propietarios o encargados. Resulta de la siguiente operación $N/5$.

Con este último dato seleccione el acceso al mercado, en caso de que se disponga de varios, elija uno al azar. Sobre la entrada seleccionada, el primer comercio será su primer entrevistado. Para elegir su segunda caso deberá sumar 1, que representa el primer comercio, más h para llegar al segundo comercio a entrevistar. Esta operación tendrá que repetirse hasta completar h comerciantes y, por tanto, h cuestionarios.

La disposición de un croquis que le proporcione el/la administrador/a del mercado o que usted realice de manera práctica, puede ser una herramienta útil para llevar el muestreo de la manera más estricta. En caso de que haya negativa a responder el cuestionario por parte de algún comerciante, se deberá reemplazar por el/el comerciante contiguo, es decir, el siguiente al que se había seleccionado originalmente. En el caso de que dentro de los h comerciantes no aparezcan los más importantes, por su volumen de ventas, número de clientes y el comercio mejor equipado, ordenado y aseado (que cumpla al menos con dos de los tres requisitos), se pueden aplicar dos cuestionarios adicionales para incluir de manera dirigida a estos personajes en la muestra final, que en estos casos daría un total de 7 cuestionarios en un mercado dado.

En caso de que en la comunidad/municipio **no exista** un mercado municipal, se contabilizarán el total de comercios y se procederá de la misma forma antes descrita, con un máximo de 10 comercios a encuestar, o lo que decida el supervisor de la encuesta con base en las condiciones locales.

Antes de iniciar las entrevistas memorice la presentación que contiene la boleta y trate de expresarla de forma clara y precisa al iniciar los contactos con los/as entrevistados/as. Se trata de sensibilizarlos y propiciar su cooperación para el correcto llenado del cuestionario, que es relativamente extenso y puede implicar varios minutos del tiempo del comerciante, en momentos que puede estar ocupado en sus transacciones comerciales.

El cuestionario está estructurado en ocho secciones, que se exponen a continuación:

Sección	Denominación
1	Identificación
2	Perfil del comerciante
3	Capacidad de respuesta
4	Transporte
5	Operador de red telefónica
6	Establecimiento comercial
7	Sondeo sobre interés en cupones y vales
8	Información del encuestador y comentarios

La **sección 1** comprende 14 preguntas para registrar la fecha de la entrevista, la ubicación y características del mercado y del/la entrevistado/a. En la pregunta P1.1 se debe anotar la fecha de la entrevista, con dos dígitos para día y mes y los cuatro dígitos del año. La P1.2 debe identificar el nombre del Departamento en el cual se ubica el mercado; la P1.3 el medio de vida (ver definición en glosario, al final de este documento) que caracteriza a la región donde se ubica el mercado (verificar en los mapas del propio PMA).

En la P1.4 y P1.5 se deberá anotar, respectivamente, el nombre del municipio y del caserío/aldea donde se ubica el mercado. La P1.6 requiere el nombre del mercado, que puede existir para los mercados formales (con licencia) y los más tradicionales, pero si no tuviera algún nombre oficial o, al menos, conocido por la mayoría, se puede omitir esta respuesta. En la P1.7 se registra el número correlativo de cuestionario, que debe ser solicitado al supervisor.

La P1.8 capta el tipo de selección utilizada para ubicar al entrevistado, con tres opciones principales: sistemática, que es el método sugerido; por alguna característica relevante del/la entrevistado/a (ver condiciones de la nota 1 del cuestionario, que implica una selección dirigida); o en última instancia, el que haya sido propuesto por la fuente calificada de la unidad o localidad.

A partir de la P1.9 las interrogantes son sobre el/la entrevistado/a y su negocio, en la primera se debe anotar su nombre; y en la siguiente el sexo, marcado 1 en el caso de hombres y 2 para mujeres.

En la P1.11 se pide clasificar el tipo de comerciante al que corresponde el/la entrevistado/a, desde propietario de su negocio, pasando por vendedor ambulante (opción 6), presidente del mercado municipal

o presidente del sindicato de comerciantes, siendo estos dos últimos casos administradores o representantes. Las P1.12 y P1.13 captan primero el nombre del negocio y el segundo teléfono de contacto del mismo, en caso de que existan, pues es común que en comercios informales no se puedan cubrir estos dos últimos datos. Por último, en esta sección, la P1.14 capta las coordenadas geográficas que deberá tomar el encuestador y registrar tanto las correspondientes a latitud como a longitud.

La **sección 2** es la más extensa, compuesta por 14 preguntas, con las cuales se caracteriza el perfil del comerciante. Así, en la pregunta P2.1 se clasifica el negocio en minorista, mayorista o ambos, y las características del comercio. La P2.2 contabiliza los años que tiene funcionando el comercio, desde su fundación hasta el día de la entrevista.

La P2.3 debe contener la frecuencia con la que funciona el negocio dentro de un mes promedio medido en días, que puede ser diario hasta una vez al mes, aunque este tipo de comercios suelen funcionar con frecuencia.

En la P2.4 se debe anotar el número de empleados/as del negocio, que se refiere al número de personas que laboran durante el año y apoyan en las labores comerciales. Cuando se trate de trabajadores/as temporales señalar sul número, y el número de meses que suelen trabajar dentro del último año. La P2.5 se interesa en el dato de cuántas tiendas o abarroterías existen en la comunidad, de acuerdo al punto de vista del/la entrevistado/a.

La P2.6 se formuló para conocer sí el comercio seleccionado dispone de licencia, o que permitiría distinguir entre comercios formales e informales, siendo los segundos los que no tienen licencia o permiso oficial.

La P2.7 es una pregunta clave, en torno a si en el comercio se venden productos subsidiados para productos clave para la seguridad alimentaria. En caso afirmativo, en la P2.8 se deben anotar los tres principales productos subsidiados, así como el porcentaje que representan entre todos los productos que vende el/la entrevistado/a.

En la [P2.9](#) se selecciona un rango promedio de clientes por día en cinco categorías principales, que resulta vital, dado que es una indicación del tamaño del negocio y de la intensidad de sus actividades de mercadeo. La siguiente interrogante, la [P2.10](#), intenta cuantificar si en los últimos tiempos se detecta una variación de clientes, al alza, reducción o simplemente siguen estables, lo cual puede ser relevante para verificar cambios que podrían incidir en la demanda. En la [P2.11](#) se indaga sobre el origen predominante de los clientes en el negocio investigado, diferenciando entre clientes locales o residentes, comerciantes locales y externos, instituciones y agencias de socorro o asistencia u otros, entre las cuales se pueden seleccionar más de una opción, es decir, se trata de respuestas no excluyentes.

En la [P2.12](#) se genera un escenario para conocer si a futuro el negocio podría responder a un aumento de 25 por ciento de la demanda en una situación extraordinaria, que podría ser la equivalente a una emergencia. Para que el/la entrevistado/a pueda aportar una respuesta se recomienda darle como referencias el máximo de clientes que atiende al día y multiplicarlo por 1.25. Por ejemplo, si tuviera 28 clientes al día, la pregunta es si su negocio podría tener solvencia para atender a 35 clientes. En caso afirmativo, en la [P2.13](#) se debe interrogar el tiempo que tardaría en re-abastecerse y adaptarse a un incremento de la clientela, lo cual se evalúa en semanas o en meses. En caso contrario, si el/la entrevistado/a asume que no podría atender a esa clientela incrementada, en la [P2.14](#) se intenta que aporte una justificación, la cual puede ser codificada entre las opciones previstas, pero se puede agregar alguna específica si así lo decide el/la comerciante, la cual debe ser especificada y anotada por el encuestador.

La **sección 3** comprende cinco preguntas para examinar la capacidad del negocio considerado, para lo cual en la pregunta [P3.1](#) se investigan las principales limitaciones del negocio, que tiene que ver con el entorno (estado de los caminos, por ejemplo), los proveedores o la propia infraestructura y equipamiento del negocio. Se puede agregar alguna que la persona entrevistada responda y no se encuentre entre las previstas; también existe la posibilidad de que no aplique ninguna opción, es decir, que la persona entrevistada no identifique restricciones. En la [P3.2](#) se indaga sobre la existencia de problemas de seguridad, que se puede responder con un simple Sí (1) o No (2). Con la [P3.3](#) se trata de precisar la clase de problemas de seguridad que reporta el/la entrevistado/a, los cuales se tienen que describir con letra legible y pueden ser extorsiones por derecho de piso, robos, secuestros u otras acciones que se realicen al margen de la ley. Con la [P3.4](#) se investiga si

el negocio tiene una relación contractual con algún banco o institución financiera, por ejemplo, que disponga de una cuenta de cheques, de un crédito u otro instrumento similar; esta respuesta sería útil para facilitar un convenio con una agencia de asistencia o asistencia alimentaria; en la [P3.5](#), se pregunta si en el momento de la entrevista est beneficiado por algún tipo de crédito, pudiéndose responder Sí (1) o No (2) o No responde/No sabe, con un 99, como ocurre en las preguntas que aparece esta opción de respuesta.

La **sección 4** consta de tres preguntas, que se formulan en torno al tema de transporte con el cual cuenta el negocio. Para ello la pregunta [P4.1](#) indaga sobre la modalidad en que se movilizan los productos para el abastecimiento de productos, planteándose cuatro opciones principales, además de *Otra*, en la cual se puede precisar de qué se trata. En caso de que aparezca la opción 2, es decir, que el/la comerciante tiene vehículo propio en el cual va a buscar a los proveedores para adquirir los productos a comercializar, en la [P4.2](#) se solicita que se especifique a través de tres opciones: automóvil, camioneta pickup, camión y *Otra*, en caso de que se trata de una respuesta distinta a las tres primeras. Se cierra esta sección con la [P4.3](#) que es para conocer el número de días que en promedio tarda el proveedor en entregar las mercancías, contando desde el día en que se realiza un pedido.

La **sección 5** se dedica a evaluar la disposición de telefonía móvil por parte de los comerciantes. En la pregunta [P5.1](#), se pregunta si dispone de un teléfono celular, con las opciones si/no. En caso afirmativo, en la [P5.2](#) se debe anotar el nombre del proveedor de este servicio de telefonía. Con la [P5.3](#) se intenta conocer la calidad de la red telefónica utilizada, en particular si es fiable y estable, con el fin de detectar qué tan útil es para agilizar las operaciones de compra y venta del comercio y, eventualmente, los contactos con instituciones o agencias internacionales en la perspectiva de participar en una estrategia de asistencia alimentaria. En la siguiente interrogante, la [P5.4](#) se solicita al entrevistado/a que identifique las principales restricciones de la red telefónica, ofreciéndole hasta cuatro opciones de respuesta como la ausencia de red y/o electricidad o insuficiencia para comprar un aparato telefónico y/o recargar el tiempo aire, más las tradicionales de *Otra* y No sabe/no responde. Se puede seleccionar más de una opción entre las primeras cuatro, es decir, las respuestas no son excluyentes.

Las **secciones 6 y 7** están destinadas a los/as comerciantes de mediana y gran escala, la primera diseñada para detectar características del establecimiento comercial. Dentro de la sección 6, en la primera interrogante, la **P6.1**, se debe registrar si el negocio tiene registro del impuesto de valor agregado (IVA) o registro de contribuyente fiscal en general y, por ende, está en condiciones de proporcionar factura fiscal al PMA con la opción de si/no o no sabe/no responde.

Con la **P6.2** se debe estimar la superficie del negocio midiendo el largo y el ancho del local para calcular el área en m² o pies². En caso de que el perímetro sea irregular, estimar una superficie aproximada. Es necesario que después de anotar las dos cifras se indique el tipo de unidades utilizadas en tal cálculo, que pueden ser dos de las antes referidas o alguna diferente. La **P6.3** debe ser respondida por el encuestador con base en lo que esté observando, es decir, si el negocio es permanente (1), móvil (2) o No sabe/No responde (99). Con la **P6.4** se debe preguntar al comerciante si el local es propio o alquilado.

La **P6.5** plantea si el/la comerciante cuenta con instalaciones para almacenar los productos que comercializa, lo que puede asegurar un abastecimiento sostenido. Si la respuesta fue afirmativa procede la **P6.6**, para indagar las dimensiones de la superficie de almacenamiento, bajo el mismo método empleado en la pregunta **P6.2**, aportando el largo y ancho de la misma y especificando las unidades de medida en el espacio previsto.

La **P6.7** capta el tipo de almacén utilizado, en el sentido de, si el/la comerciante almacena en su propia casa, en el comercio, en una bodega propia o arrendada u *Otra*. La **P6.8** se formula para conocer las medidas de seguridad adoptadas por el/la entrevistado/a para salvaguardar las mercancías almacenadas, entre las que sobresalen alarma y/o cámaras de vigilancia, vigilancia privada u otras, además de disponer de la opción de "No tengo" medidas de seguridad. Es muy importante no leer las opciones de respuesta y, en cambio, seleccionar las que elija el/la entrevistado/a entre las opciones disponibles en la pregunta u *Otra*, sí así corresponde, especificando con letra de qué se trata.

La **P6.9** indaga sobre un asunto distinto: las medidas ha adoptado el/la comerciante para que la mercancía esté libre de infestaciones de plagas, daños y mermas, con opciones abiertas de respuesta, es decir, se escribirá en función de las respuestas que ofrezca el/la entrevistado/a. Finalmente, la **P6.10** explora el mecanismo para pesar o medir los productos que vende, que pueden ser instrumentales (báscula, cucharones u otro

equivalente) o apreciativos, es decir, que carecen de una medida estandarizada y objetiva y puede ser a simple vista o por alguna cualidad del producto (limpieza, tamaño u otra).

En la **sección 7** se procede a una consulta sobre el interés de los entrevistados de participar en un programa de canje de cupones, es decir, su disponibilidad para poder cooperar en acciones de diferentes agencias, como el propio PMA, para distribuir e intercambiar estos instrumentos por alimentos. En ese sentido la pregunta **P7.1** se enfoca a conocer si el/la entrevistado/a ha participado como punto focal para el canje de cupones y efectivo, la cual admite sí (1) o no (2).

La **P7.2** se orienta a conocer si el/la entrevistado/a estaría interesado en participar en un programa de este tipo, que significa la coordinación con una instancia pública o una agencia internacional para concretar las transferencias, con la posibilidad de aumentar sus ventas o, al menos, de asegurar una clientela. La respuesta vuelve a ser si/no. En caso negativo, en la **P7.3** se solicitan las razones por las que no estaría interesado, que es una pregunta abierta y el/la encuestador/a debe escribir sintéticamente la respuesta del entrevistado/a. En la **P7.4** se interroga al entrevistado/a sobre sus preocupaciones para participar en un programa de cupones y efectivo, aportando siete opciones principales de respuesta, como problemas con el flujo de efectivo, escasez de mercancía hasta malas experiencias en programas equivalentes, además de otro, que implica explicitar el argumento que el encuestador escribirá en el renglón de la opción 8, y no sabe/no responde.

En la **P7.5** se pregunta si el/la entrevistado/a aceptaría términos y condiciones de Naciones Unidas y PMA, como su inmunidad y sus condiciones de pago, entre otras. **Si el/la entrevistado/a no conoce estas condiciones, el/la encuestador/a deberá explicarlas (apoyarse en su supervisor, en caso necesario) para que pueda aportar una respuesta informada.** Para precisar en la **P7.6** se orienta a conocer cuál sería la modalidad de pago preferida con el PMA, de tal suerte que la asistencia alimentaria no se ralentice o bloquee.

La **P7.7** se destina a conocer si los entrevistados aceptan los pagos a través de un sistema móvil (transferencias por teléfono móvil, por ejemplo) y, en caso afirmativo se debe precisar de cuál se trata. La **P7.8** también permite investigar si el/la comerciante ofrece alguna plataforma de transferencia a través de un sistema móvil, que en caso de responderse afirmativamente deberá especificar cuál.

Antes de terminar la entrevista revisar de que todas las preguntas tengan respuesta, excepto las que se justifique que no sea así. También es necesario agradecer al entrevistado por su cooperación, pues además de que el cuestionario es extenso varias de las respuestas han requerido de esfuerzo para estimar varios valores y escenarios.

Para finalizar, se solicitan datos del encuestador/a, supervisor/a y digitador/a, para llevar el control de las boletas. La pregunta P.8.1 debe llenarse con el nombre y firma del encuestador/a y, en la P8.2 debe incluir los comentarios que le parezcan necesarios para solventar, en la medida de lo posible, las dudas que puedan surgir por parte del supervisor o digitador.

En la siguiente pregunta P8.3 se anotan el nombre y la firma del supervisor/a, así como la fecha en que recibió la boleta. En la última pregunta de esta sección P8.4, y de todo el cuestionario deberá anotarse la fecha, el nombre y la firma del digitador de la boleta en cuestión.

.

SECCIÓN II

Encuesta de Mercados a Fuentes Calificadas

Sección II

Encuesta de Mercado para Fuentes Calificadas

Este cuestionario está dirigido a fuentes calificadas que se pueden entender como un agente o persona que, por alguna característica destacable como su antigüedad en una comunidad, su puesto público, su actividad comercial u otra, posee información privilegiada de los mercados de alimentos básicos de una localidad o municipio. También se le puede seleccionar por su conocimiento profundo de la comunidad y su idoneidad para hablar sin mezclar intereses que no sean los de la comunidad. Una fuente calificada puede ser el administrador del mercado y a la persona del gobierno local que se encargue de estos temas. Transportistas conocidos del lugar también pueden ser considerados fuentes calificadas.

El cuestionario está organizado en cinco secciones, con la siguiente estructura:

Sección	Denominación
1	Información preliminar
2	Características generales del mercado
3	Principales productos alimentarios
4	Capacidad de respuesta
5	Apreciación de la cobertura de los servicios financieros

La **sección 1** se destina a obtener información referencial del encuestador/a, comunidad, entrevistado/a y de mercados en el lugar. Se compone de 9 preguntas iniciando la P1.1, con el número del cuestionario, el cual se deberá anotar de manera secuencial y en acuerdo con el/la Coordinador/a del trabajo de campo. La **pregunta 1.2** es para captar el nombre del encuestador/a, que es importante, por si es necesario precisar algunos de los datos del cuestionario y así asegurar la calidad de los datos. La **pregunta 1.3** registra la fecha de la entrevista, requiriéndose dos dígitos en cada caso (día y mes). Las **preguntas 1.4 y 1.5** son para el nombre y el código postal del Departamento y Municipio y la **pregunta 1.6** incluye los mismos datos, la comunidad y el nombre de la aldea, comunidad o caserío. En la **pregunta 1.7** debe anotarse la latitud y longitud o en su caso el código de georreferencia GPS, para que se pueda regresar al mismo sitio de la entrevista o registrarlo en un mapa. La **pregunta 1.8** es para captar primero el nombre del

entrevistado y, en segundo lugar la clave del tipo de informante, señalando su puesto o función dentro del mercado o comunidad. Finalmente, en la **pregunta 1.9** debe apuntarse el nombre del mercado o tiendas de la localidad; en caso de que sean muchas, es importante anotar la o las más importantes.

La **sección 2** es más extensa, estructurada en 19 preguntas, iniciando por identificar el número de mercados que existen en la comunidad, entre los que se deben contabilizar los permanentes que funcionan la mayor parte de los días de cada semana o los móviles que se establecen uno o dos días a la semana. La **pregunta 2.1** indaga sobre la existencia de un mercado principal, que se puede entender como aquel que registra el mayor número de visitantes y, por ende, el mayor número de transacciones comerciales de la comunidad, o el que tiene la ubicación más céntrica o el que suele funcionar de manera permanente o el que suma varias de estas características. Las respuestas son dicotómicas, puede ser si (1) o no (2). En caso de respuesta afirmativa, procede la respuesta a la **pregunta 2.3**, en la cual se debe escribir el nombre del mercado principal; en caso de que no tuviese nombre anotar S/N, sin nombre. En caso de que la respuesta sea Sí, es decir, que existe un mercado principal en P2.4 anotar la distancia entre el sitio de la entrevista y dicho mercado, para lo cual se solicita la distancia en kilómetros, que en caso de comunidades pequeñas puede implicar cifras fraccionadas (por ejemplo 0.2 Km que es igual a 200 metros); también se solicita el tiempo que se tarda en llegar, que se pide en horas y minutos, para lo cual se asignaron dos dígitos en cada caso (por ejemplo 00:10, que significa 10 minutos). Es factible por el tamaño de la mayoría de las comunidades, que el dato de horas sea cero y que se restrinja al número de minutos que en promedio se tardaría para llegar al mercado. Con la P2.5 se intenta obtener información sobre la frecuencia con que funciona el mercado, que puede ser diario (cuando funciona 5 o más días por semana), tres a cuatro veces por semana o 1 a 2 veces por semana; otras dos opciones son frecuencia quincenal o cada dos semanas o una vez al mes, aunque se termina con la opción de no sabe/no responde, cuando el informante no tenga información para aportar una respuesta confiable.

La P2.6 se formuló para reconocer la regularidad de funcionamiento del mercado en un lapso de un año, con dos opciones de respuesta: todo el año, que indicaría que se trata de un mercado permanente o, segunda opción, por temporadas o estaciones, lo que significa solamente durante algunas semanas e incluso meses dentro de un mismo año. Se mantiene la opción de no sabe/no responde, cuando no existen elementos de respuesta. La P2.7 aplica bajo la condición que en la pregunta previa se haya contestado la segunda opción, que los mercados funcionan *sólo por temporadas*, para lo cual se tienen que escribir las estaciones y meses en que dichos mercados registran actividades comerciales.

Con la P2.8 se intenta contabilizar cuántos actores comerciales participan en el mercado principal el día más activo de la semana, entendido como el día en que se realizan mayores operaciones de compra-venta (el día de mercado). Se trata de identificar el número de minoristas, mayoristas, recolectores y transportistas, que se distinguen sin mucho problema, aunque al final de este manual se definen por si hubiese dudas. La P2.9 se orienta a clasificar la predominancia de las tiendas/negocios que funcionan en el mercado principal, para lo cual se clasifican en formal, es decir, que tienen licencias y permisos oficiales para operar, o lo contrario, es decir que funcionan sin esa documentación identifican a los comercios informales. Para evaluar estas dos opciones de valores se pide una estimación porcentual, la que lógicamente tiene que sumar 100.

En la P2.10 se pregunta por el número de clientes en el lapso de los últimos tres meses en el mercado principal. Se solicita una valoración para conocer si dichos clientes han aumentado o disminuido en ese lapso, con el fin de aportar una indicación sobre la intensidad comercial en ese mercado. En la P2.11 se indaga sobre el origen predominante de los clientes en el mercado principal, presentándose cinco opciones de respuesta desde la propia comunidad hasta de otro país, siendo esta última posibilidad especialmente factible en zonas fronterizas.

Con la P2.12, se busca conocer dos datos, para lo cual primero se tiene que cuantificar el total de comercios que se encuentran en la comunidad/municipio, dato que no se registra en la encuesta. Enseguida se dividen, en los que se ubican en el mercado principal y cuántos están fuera del mismo; en caso de que no haya mercado principal, la primera respuesta es cero y la segunda el total de comercios comunidad/municipio. La P2.13 se formula de forma similar, pero en este caso se refiere en exclusiva a los

comercios informales, es decir, aquellos que funcionen sin licencia y fuera de la reglamentación oficial.

A partir de la P2.14, las preguntas se refieren al mercado principal de la comunidad/municipio que hayan identificado los/as fuentes calificadas, indagando en la primera si en los seis meses ha habido afectaciones al mismo, en la cual simplemente se tiene que responder afirmativa o negativamente; la intención es captar si la dinámica del mercado se ha perturbado por una inundación, sequía u otro evento extraordinario que obstruya el acceso de los pobladores a los alimentos. En la P2.15 se pide explicitar cuáles han sido las dos principales causas de esa afectación, las cuales se deberá llenar con letra legible.

En la P2.16 se solicita que se valore si el número de comerciantes, locales comerciales y tiendas se ha modificado en el último año, para lo cual se puede estimar: no, es igual, ha aumentado, o ha disminuido en el mercado principal. Considerar la posibilidad de que, si el mercado registró alguna afectación reciente, es posible que sí se haya apreciado una variación de estos agentes y comercios.

Con la P2.17 se trata de captar si a lo largo de los meses de un año se observan aumentos o reducción de productos abastecidos en el mercado principal. Para la respuesta se diseñaron dos renglones. En el primero se deben señalar los meses con mayor abastecimiento y, en el segundo se marcan los meses que registren menor abastecimiento de los productos básicos. Por abastecimiento se debe entender las operaciones necesarias para que los productos de zonas de producción y de otros mercados (incluido el internacional) estén disponibles conforme al promedio de otros años en el mercado principal.

En la P2.18 se solicita que se expongan las razones de un posible cambio en los volúmenes de abastecidos al mercado principal, espacio que quedará en blanco en caso que de no haya modificaciones en el nivel de abastecimiento.

Para la P2.19, última de esta sección, se interroga sobre las causas de una posible variación de precios en el mercado principal durante los últimos tres meses, lo cual lógicamente requiere respuesta si los entrevistados detectaron variación. Si es así, se pide escribir las causas y, se sugiere, se especifique para qué productos aplica. Por el espacio disponible se espera una respuesta sintética, pero si fuera necesario, se puede completar el texto al final del cuestionario.

La **sección 3** contiene cuatro preguntas destinadas a identificar los tres principales productos que se comercializan en el mercado principal, los cuales se captan en la pregunta **P3.1**, y deben ser presentados en orden de importancia, siendo el Producto 1 el más importante, es decir, el que más se vende y compra. En la **P3.2** se debe captar si al momento de la entrevista esos productos se encuentran disponibles en el mercado, con un simple Sí (1) o No (2). La **P3.3** es un poco más complicada, pues se trata de valorar el porcentaje de comerciantes que venden cada uno de los productos en este mercado de referencia. Se trata de una aproximación en la que es posible que el entrevistador tenga que facilitar la respuesta. La última pregunta de esta sección, la **P3.4** capta los precios promedio en los últimos días de los tres productos identificados, expresados en la moneda local y especificando qué unidad de peso. Este dato, para que sea más cercano a la realidad puede implicar un recorrido al mercado con el entrevistado, si esto es posible.

La **sección 4** consta de cuatro preguntas, a través de las cuales se pretende tener una idea de problemas logísticos del mercado, por ello la **P4.1** se diseñó para identificar si en la comunidad en la cual se lleva a cabo la entrevista existe transporte público para el mercado principal, en aras de estimar si los/as clientes o consumidores/as pueden acceder sin mayores obstáculos. En la **P4.2** se registrará si el/la entrevistado/a identifica problemas de inseguridad en el mercado principal y su entorno, lo cual se resuelve con una respuesta dicotómica de si/no. Si la contestación fue afirmativa se deberán anotar en la **P4.3** los dos problemas de seguridad principales, entre los cuales se pueden consignar robos a comerciantes, clientes u otros, cobros por derecho de piso o secuestro, entre los más comunes. Para finalizar, la **P4.4** se pide al entrevistado/a una valoración a futuro sobre cómo estarán los hogares afectados dentro de seis meses, que supone una afectación y, además, estimar la capacidad de respuesta de la mayoría de los hogares, la cual estará en función de los daños que pudieron incidir en medios de vida, tierras, insumos, etc.

Las últimas cuatro preguntas se agrupan en la **sección 5**, en la cual se apreciará la cobertura de los servicios financieros que suministran instituciones especializadas, incluidas cooperativas de crédito y micro financieras, entre otras, destacando las tres más importantes en cuanto a cobertura de población y número de operaciones financieras, estas se deberán anotar en la primera parte de la **P5.1**. En la segunda parte se estimará el porcentaje de hogares atendidos por cada una institución, el cual no necesariamente debe llegar a 100, pues

puede detectarse algunos otros organismos con coberturas menores a las tres referidas en esta pregunta o, en su defecto, algunos hogares no tienen acceso a estos servicios financieros. En la **P5.2** se solicitará a los entrevistados que de manera general valoren la frecuencia con que los habitantes de la zona considerada acuden a las instituciones identificadas, que puede ser desde diario hasta una vez al mes. Con la **P5.3** se intenta saber si los habitantes de la comunidad/municipio reciben remesas de familiares que trabajan en otros países, principalmente de Estados Unidos; las respuestas se restringen a si o no, destacando que si es afirmativa se dará lugar a la **P5.4** en la cual se pide que se identifiquen hasta los tres principales servicios para recibir esas transferencias. Como ejemplo se puede citar Western Union, Money Gram, Remitly, TransferWise, Xoom y Share Money, entre otras.

Antes de terminar la entrevista se debe revisar que todas las preguntas tengan respuesta, excepto las que se justifique que no. También es necesario agradecer al entrevistado/a por su cooperación, pues además de que el cuestionario es extenso varias de las respuestas han requerido de esfuerzo para estimar varios valores y situaciones.

SECCIÓN III

Encuesta de Precios

Sección III

Encuesta de Precios

Este cuestionario también está dirigido a comerciantes de productos alimentarios, y su objetivo es detectar la variación de precios de los productos en los últimos tres meses, además de los posibles efectos la disponibilidad y la oferta. Esta información permitirá completar la base de datos, que en conjunto permitirán elaborar una apreciación de los mercados de comunidades y regiones de interés, generar evidencias para la toma de decisiones programáticas y estrategias eficiente de más eficiente.

El cuestionario consta de 12 preguntas, notándose que con la [pregunta 1](#) se indaga sobre la forma en que en la región se fijan los precios de los productos alimentarios. Aunque la teoría indica que es la oferta y demanda de un producto las que determina dichos precios, la práctica ha permitido identificar precios administrados u oficiales, dado que son fijados por alguna instancia gubernamental. En otros casos las imperfecciones del mercado generan situaciones de oligo o monopolio (que existen pocos o un comerciante), en las cuales estos actores adquieren poder de mercado y lo suelen expresar en alto nivel de precios de sus productos. Otro ejemplo típico de emergencias es que la escasez de alimentos genera la elevación de los precios

Por ello, entre las opciones de respuesta se incluyen cinco mecanismos frecuentes, pero se deja un sexto para que el/la comerciante pueda identificar otra forma de fijar estos precios, el cual se deberá explicitar. La última alternativa de respuestas es no sabe/no responde, para el caso de que el/la entrevistado/a desconozca estos mecanismos o simplemente, se niegue a responder. Es importante resaltar que las opciones de respuesta no se deben leer, sino el encuestador las debe anotar después de recibir la respuesta.

La [pregunta 2](#) capta variaciones en las ventas, en el volumen de los productos vendidos en los últimos tres meses, con lo cual se intenta valorar si la relación de oferta y demanda ha cambiado respecto a una situación promedio para la misma época en otros años, por lo cual se tienen las opciones de incrementó, disminuyó y no sabe/no respondió, siendo este último caso una opción de respuesta real, aunque sería importante que se seleccione una de las dos primeras opciones.

En la [pregunta 3](#) se valora el porcentaje del cambio en el volumen de venta de los alimentos que el comerciante reconoció en la pregunta previa, estimación que para

algunos comerciantes puede resultar complicada, por lo cual el encuestador puede ayudar con cálculos sencillos, por ejemplo:

Por lo regular mis ventas ascendían a 125 kg por día y en la actualidad han disminuido a 85 kg., es decir, existe una reducción de 40 kg, los cuales respecto a 125 kg representan una reducción de 32%.

En la [pregunta 4](#) se indaga sobre la razón principal de la variación de los precios, que después de una emergencia se puede atribuir a causas visibles como pérdidas de cosechas en la zona o daños a infraestructura como carreteras y almacenes. Pero existen otras posibles explicaciones menos evidentes, como puede ser la especulación y que se esté escondiendo parte de los productos o simplemente que se incrementen los precios artificialmente, sin una justificación real. La respuesta se debe escribir de manera sintética, con letra legible.

Para responder a las preguntas 5 a la 9, lo primero es enlistar los productos alimentarios considerados en la canasta básica de la región y sobre los cuales se van a aportar datos. La lista la determina el coordinador del estudio de mercado con información secundaria actualizada y debe validarse en terreno antes de hacer la encuesta. Entonces, sobre ese listado, con la [pregunta 5](#) el/la comerciante expresará cuales de esos productos vende y, en especial, en la segunda columna se anota la cantidad vendida en la semana. En la tercera columna se anota la unidad en que se está midiendo el producto, sea kilogramo, litro, libra u otra.

A través de la [pregunta 6](#) se deberá consignar si las ventas por semana variaron respecto a los tres meses anteriores, disponiendo de tres opciones de respuesta principales, es decir, si aumentaron, disminuyeron o permanecieron estables. Una cuarta opción puede ser que no sabe/no responde, que aparece en buena parte de las preguntas

En la [pregunta 7](#) se indaga sobre la disponibilidad de los alimentos que vende en la actualidad, es decir, el día de la entrevista. Se trata de conocer si la disponibilidad es alta, por arriba de la media de su volumen promedio en su negocio; baja, cuando se encuentra en cantidades inferiores a la media o se encuentra en un valor medio, es decir, prácticamente sin alteraciones. Otra opción es que los productos no están disponibles, lo que es factible en algunos momentos del año y después de las emergencias más graves. También se incluye la opción de que no lo comercializa el/la entrevistado/a y, la última de No sabe/no responde.

En la [pregunta 8](#) se busca conocer de qué ámbito geográfico se abastece el/la comerciante, que puede corresponder al mismo municipio, departamento o país, las tres alternativas corresponden a un producto nacional. La cuarta opción es si las mercancías provienen del mercado internacional, es decir, cuando el producto es importado. Puede registrarse, en un caso extraordinario, un origen distinto a los antes referidos. De nueva cuenta se incluye la opción de que no lo comercializa el/la entrevistado/a y, la última de No sabe/no responde.

En la [pregunta 9](#) se registran los precios actuales, en el momento de la entrevista, del listado de productos alimentarios, para lo cual se han previsto tres columnas. La primera incluye la unidad de medida, que puede ser kilogramo, litro u otro. La segunda el precio actual, en la moneda nacional y, la tercera es para identificar si estos precios han aumentado, disminuido o permanecido estables respecto al precio registrado en el lapso de los últimos tres meses. De igual forma se puede adoptar la opción de o sabe/no responde, si el/la entrevistado/a no dispone de información para contestar. Esta pregunta es clave, pues puede identificar situaciones en que los consumidores puedan tener problemas de acceso a alimentos, por los elevados precios de los mismos.

La [pregunta 10](#) es dicotómica y tiene como fin detectar situaciones de desabastecimiento de alimentos en los últimos seis meses, es decir, si el suministro de proveedores de los comerciantes se ha obstaculizado de alguna manera. Por tanto, el tipo de respuesta es sí o no, siempre con la alternativa de no sabe/no responde.

En caso de que la respuesta en la pregunta 10 sea afirmativa, la respuesta a la pregunta 11 es obligatoria. En efecto, con la [pregunta 11](#) se indaga sobre cuáles son los productos en los que se ha detectado déficit y, en una segunda parte, las razones de porqué esta situación, que en gran medida puede derivar de daños a infraestructura, cultivos y servicios, entre otros, que son comunes en situaciones de emergencia.

La [pregunta 12](#), que es la última del cuestionario, explora sobre la disponibilidad del/la comerciante para incorporar en la gama de productos de su negocio otros productos, que podría repercutir en una oferta más variada de productos. Estos productos pueden ser parte de los que se incluyan dentro de los esquemas de ayuda alimentaria y esta información puede ser utilizada para la toma de decisiones programáticas y el diseño de programas del PMA y sus instituciones socias.

SECCIÓN IV

Encuesta de Mercados en 72h horas

Sección IV

Encuesta de Mercado en 72 horas después de una emergencia

Este cuestionario es corto y su utilidad radica en que se levante en un plazo de 72 horas después de una emergencia. Se diseñó con el objetivo de obtener un diagnóstico de aspectos críticos del mercado local que pudieron haber sido afectados por la emergencia. Para ello se realizan entrevistas remotas a fuentes calificadas como comerciantes y administradores de los mercados del área afectada. Con estas entrevistas remotas se busca brindar una apreciación rápida del impacto de la emergencia en los mercados locales y brindar evidencias que apoyen el diseño de la estrategia de asistencia alimentarias más eficientes.

El cuestionario se organiza en cinco secciones, cuatro de ellas con una sola pregunta y la sección 3 contiene dos preguntas, como se explica a continuación.

Sección 1. Información preliminar.

Esta primera sección comprende siete ítems, a partir de los cuales se pretende ubicar el mercado que se está evaluando. En el primero se debe anotar el nombre completo del encuestador/a, es decir, el/la encargado/a de aplicar el cuestionario a los/as comerciantes.

En la segunda se anota la fecha en la que se está realizando la entrevista, que permitirá constatar que se aplicó 72 horas después de la emergencia, momento en el que la información resultante puede ser más útil.

La tercera pregunta trata de captar el nombre del mercado en el cual se ubican los comerciantes entrevistados, dato que posiblemente no se pueda llenar, dado que mercados recientes o informales no siempre responden a un nombre específico, pero para lo cual se debe anotar una referencia para poder identificarlo en caso de que no cuente con algún nombre.

La cuarta pregunta debe captar el nombre de la comunidad en donde se localiza el mercado, seguido de la localidad a la que pertenece. Esta información también es importante, pues las mismas localidades suelen padecer emergencias recurrentes, por lo cual la información se puede acumular y ser progresivamente más precisa.

Los ítems 5 y 6 tratan de identificar el distrito y provincia a la que pertenece el mercado evaluado, con fines de completar su ubicación para que, en caso de que se inicien acciones

de recuperación sea fácilmente ubicable y según los resultados de la evaluación ser incluida como zona de atención prioritaria.

Sección 2. Perfil del/la comerciante.

Esta sección comprende una pregunta, que pretende identificar al comerciante que se está entrevistando en función de tres características principales: volumen de ventas, infraestructura de la que dispone para llevar a cabo sus ventas y la formalidad de su actividad. En las primeras dos opciones se ubican, mayorista en exclusiva y mayorista/minorista. Los mayoristas en exclusiva, se distinguen por manejar amplios volúmenes de uno o varios productos y la venta de sus productos a minoristas y/o detallistas. La categoría de mayoristas/minoristas alude a los agentes comerciales que cumplen las características anteriores de los mayoristas, pero que parte de sus ventas las realiza en volúmenes pequeños y están destinadas a clientes individuales, que suelen ser los consumidores.

Las tres categorías siguientes caracterizan a los minoristas, que son comerciantes en pequeña escala y que venden casi exclusivamente a clientes/consumidores. La diferencia entre las tres categorías radica en el tipo de comercio, siendo el primero, el que vende en un comercio móvil y, posiblemente, en determinados días por semana, lo que le confiere cierta informalidad a su actividad. La segunda categoría de minorista-tienda se refiere al mismo tipo de comerciante, pero su negocio es fijo y con un mínimo de equipo como vitrinas, estantes y, en ciertos casos, refrigeradores pequeños. Los minoristas-supermercado, corresponden a agentes comerciales que disponen de un comercio de mediana escala y con mayor equipamiento, generalmente con empleados y que disponen de algunas tecnologías modernas como manejo de suministros, medios de transporte, sistema de precios estandarizados y métodos de cobro automatizados.

Sección 3. Volúmenes y flujos comerciales.

En este caso se agrupan dos preguntas, la primera que intenta registrar el tipo de productos que vende el/la comerciante entrevistado/a, para lo cual se presenta una lista de los alimentos más comunes a ser contextualizada. Además, se deja en un espacio la opción de agregar algún producto que el/la comerciante identifique y considere relevante en las compras de la población local.

En este caso, el/la comerciante debe responder si cada producto se vende o no en su negocio.

La segunda pregunta de esta sección cobra una particular importancia, pues se trata de valorar con la mayor objetividad si las fuentes de suministro o abasto del negocio se encuentran afectadas por la emergencia y el grado de la afectación. Por la situación de emergencia y ante el incentivo de una posible ayuda para su negocio puede ser que el entrevistado exagere en sus valoraciones, por lo cual el encuestador/a puede auxiliar a dimensionar objetivamente el daño de estos servicios, es decir, si fue total, parcial o marginal. Esto es clave para que el PMA pueda diagnosticar tanto el tamaño del daño como el tipo de estrategia de asistencia alimentaria a desplegar.

Sección 4. Restricciones y capacidad de respuesta.

También contiene una pregunta y está orientada a diagnosticar el tipo de infraestructura y equipo que han padecido daños por la emergencia. Las opciones de respuesta son tres, si, no y no sabe, siendo esta última una alternativa real, especialmente cuando las consecuencias del evento son considerables y difíciles de medir.

Se evalúa si los os flujos de comercio han sido afectados y, en cierta medida, el tiempo que puede implicar su restauración. En ese sentido en **primer lugar** se califica la infraestructura general, como aeropuertos, puertos, red carretera y vías férreas, entre otras, que garantizan los flujos masivos de mercancías y, por ende, de alimentos. **Con el segundo ítem** se valora la red de comunicación como telefonía e internet. **El tercero** se refiere a cultivos, sobre todo perennes, como plantaciones cafetaleras, cañeras u otras que pueden presentar pérdidas significativas y la obstrucción de los canales comerciales de alimentos. **La cuarta categoría** se refiere a la infraestructura hidráulica, saneamiento e higiene, que asegura en tiempos normales los servicios de agua y drenaje principalmente. **En el quinto ítem** se califica los daños a los propios comercios. **La sexta** evalúa el aumento repentino de asaltos y actos delictivos derivado del caos inherente a una emergencia y que ponen en riesgo las transacciones comerciales. En la misma tónica **el séptimo ítem** califica la movilidad de personas y mercancías, que pueden haberse interrumpido parcialmente por problemas sanitarios, higiénicos u otra causa. **Finalmente**, se valora la posible escasez de gas y combustibles, que también influyen en que los flujos comerciales se obstruyan o cancelen durante un lapso dado. Se deja una opción de otro, para reseñar

algún otro daño relevante que no estuvo considerado en los ítems anteriores y que los entrevistados consideren importante de reportar por su influencia en el suministro de alimentos a los comercios y de éstos a los consumidores.

Sección 5. Balance de los suministros de alimentos.

Esta sección tiene una pregunta, que también es clave para fundamentar un plan de acción que asegure el suministro de alimentos a la población. Su fin es valorar la disponibilidad de los alimentos básicos para los días posteriores a la fecha en que se aplicó este cuestionario. Aunque la valoración puede ser subjetiva, es importante que el/la comerciante valore por cuantos días puede seguir abasteciendo el mercado, para lo cual se marcan rangos de desde más de 5 días hasta un día o menos. Cabe destacar que existe una opción de no sabe, que puede implicar que el/la comerciante realmente desconozca el volumen de su suministro y no pueda proceder a una calificación de este tipo. Esta opción se debe señalar en un caso extremo, es decir, una vez que se han agotado las posibilidades de establecer un valor aproximado.

Sección 6. Precios.

Con la pregunta de esta sección se pretende conocer el impacto de la emergencia en los precios de una serie de alimentos básicos y combustibles, que sin duda pueden poner en riesgo el acceso alimentario de la población vulnerable. La lista de alimentos debe ser contextualizada. Para conocer el impacto, en una primera columna se solicita las unidades de medida, es decir, si las cotizaciones a aportar son por kilogramo, litro u otra medida. Las unidades de medidas deben ser especificadas de manera precisa para evitar interpretaciones incorrectas. En la segunda columna se debe anotar el precio promedio en los días previos a la emergencia teniendo en cuenta el listado de alimentos relevantes en la dieta de una comunidad/región. La tercera columna incluye el precio del día de la aplicación del cuestionario, con lo cual se podrá captar la distorsión de precios respecto al precio promedio en una temporada *normal*. Las variaciones en los precios son un claro indicativo de la magnitud de la escasez de cada producto a efecto de la crisis. Por último, se dispone de una columna para marcar los productos que no son comerciables dentro de la población (por ser de autoproducción, trueque u otra operación fuera del mercado) y, por ende, sobre los cuales no se pueden obtener precios.

SECCIÓN V

Encuesta de Percepción de Mercado para Beneficiarios

Sección V

Encuesta de Percepción de Mercado para Beneficiarios

Este cuestionario es sencillo y su objetivo es captar datos sobre i) hábitos de compra de productos alimentarios por parte de los/as beneficiarios/as de asistencia del PMA; ii) su percepción sobre el tipo de ayuda que prefieren recibir y; iii) su opinión general sobre los programas de asistencia de los cuales son partícipes. Además, es un instrumento valioso para triangular información brindada por comerciantes y fuentes calificadas.

El cuestionario se organiza en dos secciones. La **primera** consta de tres preguntas de referencia y la **segunda** comprende siete preguntas a través de las cuales se captarán las percepciones del mercado de los/as beneficiarios/as de programas de asistencia alimentaria.

Sección de Referencia

De las tres preguntas que incluye, la **primera** se refiere a la fecha, que se debe ingresar en formato de dos dígitos: primero el día (dos dígitos, por ejemplo 09); el mes (dos dígitos, por ejemplo 12) y para el año cuatro dígitos (por ejemplo 2017).

La **segunda** pregunta es sobre el lugar donde se lleva a cabo la entrevista, para lo cual se solicitan dos datos: primero el nombre de la localidad y después se anotará el nombre de la comunidad.

Por último, se pregunta el sexo es dicotómica, por lo cual se puede señalar F (femenino) cuando se entrevista a una mujer y M (masculino) cuando se entrevista a un hombre.

Como se aprecia no importa el nombre del/la entrevistado/a, sino su característica de ser beneficiario/a de programas de asistencia alimentaria, por lo cual antes de proceder a las preguntas el/la encuestador/a se deberá asegurar que, en efecto, el/la entrevistado/a cumple con esta condición.

Sección de mercado de alimentos y opciones de ayudas alimentarias

Compuesta por siete preguntas. **Pregunta 1**, con la que se deben identificar cuáles son los principales productos alimentarios que compra el/la entrevistado/a con mayor frecuencia. Como primer paso, esta lista de productos debe ser adaptada a los alimentos relevantes en la dieta de la región/

comunidad. Posterior, se remarcan los productos que predominan en la dieta de los/as entrevistados/as y sus familias a lo largo del año y que se obtienen a través del mercado. Por lógica quedan descartados aquellos que provienen de la autoproducción, donaciones u otro origen y los que se compran ocasionalmente, por ejemplo, los que se usan en festejos, agasajos, etc.

Para identificar los productos comprados se presentan nueve opciones de respuesta, que son los que suelen consumir los/as beneficiarios/as de los programas alimentarios en la región. La décima opción de respuesta se refiere a Otros, es decir, productos que no están incluidos en el listado previo pero que el beneficiario/a consideran relevante por su frecuencia de consumo. La letra debe escribirse con letra de molde, totalmente legible.

Es deseable que las respuestas se restrinjan a los tres principales productos dentro de la dieta del/la entrevistado/a y sus familias, para que las siguientes respuestas tengan toda la utilidad.

Pregunta 2, con la que se pretende conocer si en algunos meses de un año promedio los productos seleccionados en la pregunta anterior se escasean, es decir, que su disponibilidad en el mercado es notablemente inferior a la media de una temporada promedio en la zona, y esto tiende a expresarse en precios atípicamente altos. Se trata de una pregunta abierta, por cual la respuesta deberá llenarse con letra legible.

En el caso que dos o más productos registren períodos de tiempo distintos se solicita indicar producto (o grupo de productos) y enseguida los meses en que suele registrarse su déficit.

Pregunta 3, con la cual se deben identificar las principales estrategias que desarrollan los/as beneficiarios/as y sus familias para obtener los productos que se encuentran con dificultad o que están ausentes en el mercado. Se trata de una pregunta abierta que debe llenar el encuestador captando las estrategias principales que enumeren los/as entrevistados/as. Si estas estrategias cambian por producto o grupo, se deben señalar las diferencias. A título de ejemplo de posibles respuestas se pueden citar: comprarlas con productores; acudir al mercado de otra comunidad o suspender temporalmente el consumo del producto en cuestión.

Pregunta 4, con la cual se indagará sobre la posible variación de los precios de los alimentos que suelen comprar los entrevistados y sus familias. Si esta primera parte de la pregunta es afirmativa, se pasa a la segunda parte, en la que se consulta sobre las causas que provocan la variación de precios. Entre las causas comunes se encuentran, por ejemplo la estacionalidad de la producción como el maíz o el frijol; especulación por parte de comerciantes o restricciones o cancelación de subsidios nacionales al consumo.

En situaciones de emergencia los eventos climáticos suelen ser los determinantes de la escasez de alimentos, como una sequía o una inundación.

Pregunta 5, se formuló para conocer la distancia que separa la casa o lugar de residencia del beneficiario, respecto al lugar donde regularmente compra los alimentos referidos en las preguntas previas. Se trata de una distancia que se puede evaluar en metros o kilómetros, subrayando en la necesidad de que las unidades de medida queden debidamente especificadas. Si las compras identificadas en las preguntas anteriores se realizan en dos o más sitios, en este caso se referirá una distancia para cada mercado o lugar de compra.

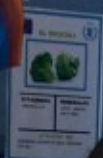
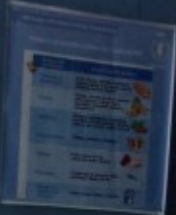
Las dos preguntas finales se relacionan con las preferencias sobre la asistencia alimentaria recibida y sobre la opinión de los programas de asistencia existentes.

Pregunta 6, el/la beneficiario/a responde entre cuatro opciones para recibir ayuda alimentaria, las cuales son excluyentes entre sí.

Estas opciones resumen las ayudas que suelen ofrecer todos los organismos especializados en la ayuda alimentaria y con las que los entrevistados suelen estar familiarizados. En caso de que alguno no sea reconocido por los entrevistados, es importante que el encuestador los auxilie a comprender, en su caso, con las definiciones que vienen al final de este documento.

Pregunta 7, es una pregunta abierta, con la que se intenta captar la opinión de los/as entrevistados/as, opiniones que deberán reflejar eficiencia para distribuir la ayuda, así como su efectividad para atender las situaciones de emergencia a las que se enfrentan. Así por ejemplo, se pueden encontrar opiniones como que el padrón de beneficiarios/as no cubre a las familias más desprotegidas de la localidad y quién recibe una canasta alimentaria o un cupón lo revende para atender otros gastos necesarios en la producción agrícola o, simplemente, a otros gastos superfluos.

Identificar este tipo de desviaciones de la forma de distribuir la asistencia alimentaria y de aprovecharlas en los hogares contribuirá a afinar y mejorar los impactos de la asistencia que brindan organismos como el PMA.



ANEXOS

Anexo I Cuestionario de mercados para comerciantes

EVALUACION DE MERCADO PARA COMERCIANTES

INDICACIONES

Luego de visitar la alcaldía si existen uno (o varios mercados municipales) utilice un muestreo sistemático como se explica a continuación para cada mercado:

1. Vaya a la administración del mercado y consulte cuántos comercios dedicados a la venta de alimentos existen dentro del mercado, no es necesario que le proporcionen un número exacto. Anótelos en el espacio:
2. Divida el número total de comercios entre 5 y anote ese número:
3. Vaya a la entrada del mercado y realice la entrevista en el primer comercio de venta de alimentos que se encuentre más cercano a la entrada.
4. Desplácese el número de comercios de alimentos que calculó en #2 y levante una boleta en ese comercio. Procure no contabilizar dos veces un mismo comercio, puede ayudarse de una página en blanco y dibujar un croquis del mercado antes de comenzar la enumeración.
5. Repita #4 hasta completar 5 boletas. En caso de que tenga un rechazo llene los datos que pueda de la sección 1 deje el resto de la boleta en blanco y coloque "RECHAZO" en los comentarios, luego intente levantar la boleta en el comercio alledaño.
6. Aplicando los criterios en Nota 1, si identificó en el recorrido otros comercios grandes que no fueron seleccionados por el procedimiento anterior puede incluir hasta 2 boletas adicionales para levantar información de los mismos.
7. Visite hasta un máximo de 5 comercios indicados por el Informante Clave (IC) de la alcaldía.

Nota 1 - Criterios para incluir boletas adicionales a la selección sistemática (debe cumplir al menos dos de tres):

1. Por observación simple el comercio parece manejar mayores volúmenes de productos.
2. Por observación simple el comercio parece tener mayor clientela que los comercios cercanos.
3. El lugar parece mejor aseado y ordenado que los comercios cercanos.

Si no existe un mercado municipal: Visite los comercios (hasta un máximo de 10) indicados por el informante clave de la Alcaldía municipal y aplique esta boleta.

Antes de comenzar la entrevista identifiqúese de la siguiente manera:

"Buenos días/tardes soy < diga su nombre > y trabajo para el Programa Mundial de Alimentos, este día estamos realizando una investigación sobre mercados y comercios que proporcionará datos importantes sobre cómo estos pueden funcionar luego de que ha ocurrido una emergencia. Agradeceríamos mucho si podemos entrevistar al encargado del negocio o al propietario para brindarnos información general sobre su negocio, esta encuesta podría tomar hasta un máximo de 30 minutos pero no es necesario que deje de realizar sus actividades, podemos acompañarlo mientras las realiza. Todos los datos serán tratados de manera estrictamente confidencial y no serán compartidas con otros comercios o instituciones."

SECCION 1 – IDENTIFICACIÓN

P1.1 Fecha de Encuesta	<input type="text"/> / <input type="text"/> /2015	P1.2 Departamento	<input type="text"/>
P1.3 Zona de medio de vida		P1.4 Municipio	<input type="text"/>
P1.5 Caserío o Aldea		P1.6 Nombre de Mercado (Si aplica, deje en blanco si no):	<input type="text"/>
P1.7 # De boleta (Dentro del municipio)	<input type="text"/>	P1.8 Tipo de selección: 1-Sistemática 2-En mercado por criterio de Nota 1 3-Por Indicación del IC.	<input type="checkbox"/>
P1.9 Nombre del Entrevistado:		P1.10 Sexo de la persona entrevistada	1= Hombre <input type="checkbox"/> 2= Mujer <input type="checkbox"/>
P1.11 Tipo de entrevistado (Seleccione la opción más apropiada, puede leer las opciones si considera necesario)	1= Propietario del comercio 2= Supervisor de la tienda/mercado/abarrotería 3= Empleado de la tienda/mercado/abarrotería 4= Propietario del puesto al aire libre 5= Supervisor del puesto al aire libre	5= Empleado del puesto de venta al aire libre 6= Vendedor ambulante 7=Presidente del mercador municipal; 8= Presidente de Sindicato de Comerciantes 9= Otro:	<input type="checkbox"/>
P1.12 Nombre del Negocio:	<input type="text"/>		
P1.13 Teléfono del negocio:	<input type="text"/>		
P1.14 Coordenadas Geográficas			
a. Latitud	<input type="text"/>	b. Longitud	<input type="text"/>

SECCION 2 – PERFIL DEL COMERCIANTE	
P2.1 ¿Cómo clasificaría su negocio por el volumen de ventas y tipo de productos? (Puede leer las opciones) 1= Mayorista 2= Mayorista y minorista 3= Minorista - puesto al aire libre 4= Minorista – tienda o abarrotería 5= Minorista- vendedor ambulante 6= Supermercado	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.2 ¿Cuántos años tiene de funcionar su comercio? (Escriba 0 si menor de un año)	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.3 ¿Cuántos días al mes funciona su negocio? (Seleccione la opción más adecuada) 1 = diario 2 = dos veces por semana 3 = cada dos días 4 = una vez por semana 5 = cada dos semanas 6 = una vez por mes 7 = solo fin de semana 99= No sabe / no responde	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.4 ¿Cuántos trabajadores emplea usted para su negocio?	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.5 ¿Cuántas tiendas o abarroterías hay en su comunidad?	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.6 ¿Tiene licencia comercial? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.7 ¿Comercializa alimentos subvencionados? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.8 Si la respuesta es SI, ¿Qué productos y en qué porcentaje con respecto al total del producto comercializado? (Porcentaje)	
Producto (Los tres más importantes solamente)	Porcentaje
a.	
b.	
c.	
P2.9 En promedio: ¿Cuántos clientes atiende al día? (Si NS/NR poner NS) 1=0 a 10 clientes 2= 10 a 30 clientes 3= 30 a 50 clientes 4=50 a 70 clientes 5= más de 70 clientes 99= NS/NR	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.10 ¿Actualmente, usted ha notado algún cambio en la cantidad de clientes que visita su negocio? (1= aumentado, 2=disminuido, 3=No hay cambio alguno)	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.11 ¿Quiénes son sus clientes principales? (Marque con una X todos los que apliquen, no lea las respuestas)	
Cientes locales del municipio (residentes) <input type="checkbox"/>	Gobierno e instituciones <input type="checkbox"/>
Comerciantes locales <input type="checkbox"/>	Agencias de socorro/ asistencia <input type="checkbox"/>
Comerciantes/ Clientes fuera del municipio <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
P2.12 ¿Podría absorber un incremento de un 25% en la demanda? (Utilizar máximo número de clientes al día como referencia) (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)	<input type="text"/>
P2.13 Si la respuesta es SI a la P2.12 ¿Cuánto tiempo tardaría en re-abastecerse y adaptarse a un aumento en la demanda? (No lea la respuesta) 1= En menos o dentro de 1 semana 2= Entre una y dos semanas 3= Dentro de un mes o más tiempo 88= No aplica 99= No sabe / no responde	<input type="text"/> <input type="text"/>
P2.14 Si la repuesta es NO a la P2.12 ¿Por qué motivos no podría absorber un incremento en la demanda? (Marque los dos principales, no lea la respuesta, si solo hay una deje en blanco Razón 2)	
1= Escases de reservas 2= Cantidad irregular de los alimentos suministrados 3= Falta de infraestructura /espacio 4= Falta de espacio para almacenamiento 5= Falta de dinero/recursos para re-abastecerse (comprar alimentos)	6= No puede acceder a crédito para re-abastecerse 7= Especulación en torno al margen de ganancia 8= Impuestos muy altos 9= Inseguridad 10= Otro: _____ 99= No sabe/ no responde
	Razón 1: <input type="text"/> <input type="text"/> Razón 2: <input type="text"/> <input type="text"/>

SECCION 3 – CAPACIDAD DE RESPUESTA

P3.1 ¿Cuáles considera usted son las limitaciones principales para su negocio? (Marque con una X todos los que apliquen)		
a) Problemas con las infraestructuras físicas (carreteras pobres, falta de puentes, etc.)		<input type="checkbox"/>
b) Problemas con funcionamiento de las redes de comunicaciones (los móviles, internet)		<input type="checkbox"/>
c) Niveles bajos de la producción agrícola en la zonas		<input type="checkbox"/>
d) Problemas con el abastecimiento de agua, saneamiento e higiene		<input type="checkbox"/>
e) Local comercial e infraestructura comercial limitada (tienda, almacén, bodega, etc.)		<input type="checkbox"/>
f) Problemas de seguridad en los permittiros de mi negocio (robos, saqueos, perdida de bienes)		<input type="checkbox"/>
g) Problemas de seguridad en el camino a mi negocio (a lo largo del camino/ carretera, saqueos, perdida de bienes)		<input type="checkbox"/>
h) Restricciones del gobierno en el movimiento de personas, mercancías, productos (puestos de control, cierre de fronteras, etc.)		<input type="checkbox"/>
j) Problemas con el abastecimiento regular de los alimentos (inestable, irregular etc.)		<input type="checkbox"/>
k) Otro: (especificar) _____		<input type="checkbox"/>
l) NINGUNA		<input type="checkbox"/>
P3.2 ¿Hay problemas de seguridad que afectan el entorno de su mercado / area de trabajo? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P3.3 Si la respuesta es SI, ¿Qué clase de problemas de seguridad le afectan? (Pregunta abierta)		
P3.4 Para su negocio ¿Actualmente tiene relación con algún Banco y/o cuenta bancaria? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P4.5 ¿Actualmente, tiene acceso a crédito? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

SECCION 4 - TRANSPORTE

P4.1 ¿Cómo se realiza la movilización de productos para el re-abastecimiento? (No lea las respuestas)												
1= Proveedores traen los productos,	4=los productos se buscan donde los proveedores en transporte publico	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
2= Los productos se buscan donde los proveedores en vehículo propio	5= Otra											
3= los productos se buscan donde los proveedores en transporte comercial alquilado/rentado	99=NS/NR											
P4.2 Si la respuesta a la pregunta 4.1 es 2 (Los productos se buscan donde los proveedores en vehículo propio), que vehículo utiliza para recoger los productos? Por favor indicar tipo y cantidad.												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1=Voiture</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2= Pickup</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3=Camion</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4=Autre</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Tipo	Cantidad	1=Voiture		2= Pickup		3=Camion		4=Autre			
Tipo	Cantidad											
1=Voiture												
2= Pickup												
3=Camion												
4=Autre												
P4.3 ¿Cuánto tiempo demora el proveedor en hacer la entrega desde que se realiza el pedido? (en días)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										

SECCIÓN 5 – OPERADOR DE RED TELEFONICA

P5.1 ¿Tiene usted un teléfono celular?	1= Si 2= No	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P5.2. Si la respuesta es SI, ¿Qué proveedor de celular utiliza?		
P5.3 ¿En general, la red de telefónica celular que utiliza es fiable y estable?	1= Si 2= No	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P5.4 ¿Cuáles son los principales problemas relacionados con el uso de la telefonía celular? (Marque todas las que correspondan)		
<input type="checkbox"/> 1 = No hay red	<input type="checkbox"/> 4= Insuficiente dinero para comprar tarjeta SIM	
<input type="checkbox"/> 2 = No hay electricidad	<input type="checkbox"/> 5 = Otra (especificar): _____	
<input type="checkbox"/> 3 = Insuficiente dinero para comprar un teléfono celular	<input type="checkbox"/> 99= NS/NR	
<input type="checkbox"/> 4= Insuficiente dinero para comprar recarga de tiempo aire (crédito)		

APLICABLE A COMERCIANTES MEDIANOS Y GRANDES CON ESPACIO FORMAL (Observación de Campo)

SECCIÓN 6 – ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

P6.1 ¿Este negocio cuenta con registro de IVA y puede proporcionar factura? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P6.2 ¿Cuál es el tamaño de su tienda/comercio? (m ² / pies ²)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> x <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Unidad: _____
P6.3 Por observación: Seleccione el tipo de estructura del comercio (1=Permanente, 2=Móvil, 99=NS/NR)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P6.4 ¿La propiedad donde se ubica su tienda/comercio es propia o alquilada? (1=Propia, 2=Alquilada, 99=NS/NR)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

P6.5 ¿Tiene usted sus propias instalaciones para el almacenaje de los productos que comercializa? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
		Si 2 o 99: Salte a P5.7	
P6.6 ¿Cuál es la capacidad de dicha instalación de almacenaje?(m ² / pies ²)		<input type="text"/> <input type="text"/> x <input type="text"/> <input type="text"/>	Unidad: <input type="text"/>
P6.7 ¿Dónde almacena sus productos para comercialización? (No lea las respuestas)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
1= Casa		4= Depósito/Bodega alquilado	
2= Tienda/Comercio		5= Otro: _____	
3= Depósito/Bodega propia		99= NS/NR	
P6.8 ¿Qué medidas de seguridad tiene para salvaguardar las mercancías contra el robo? (Marque con una X todas las que apliquen, no lea las respuestas)			
Medidas Propias (alarma propia, cámaras, timbres) <input type="checkbox"/>		Policía contratada <input type="checkbox"/>	
Vigilancia de vecinos/comunidad <input type="checkbox"/>		NO TENGO medidas de seguridad <input type="checkbox"/>	
Seguridad privada (guardia / sistema de alarma-cámaras privada) <input type="checkbox"/>		Otro: <input type="checkbox"/>	
P6.9 ¿Qué medidas está tomando para asegurarse de que su mercancía permanezca en buenas condiciones? (libre de infestaciones/daños / pérdidas)			
P6.10 ¿Qué equipo usa para medir el peso de los productos? 1= Balanza, cucharones, 2= No estandarizado, 99= NS/NR		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

SECCIÓN 7 – SONDEO SOBRE INTERÉS EN C&V

P7.1 ¿Ha participado anteriormente en algún programa o proyecto como punto para el canje de cupones y efectivo? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P7.2 ¿Estaría interesado en participar como punto de canje en un programa de este tipo? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
P7.3 ¿Por qué no estaría interesado? (Pregunta abierta)		
P7.4 ¿Cuáles son las preocupaciones más importantes que tiene al considerar participar en el programa de cupones y efectivo? (No lea las respuestas)		
1= Problemas del flujo de efectivo		Primera: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Segunda: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2= Escases de mercancía		
3= Inflación local		
4= Competencia		
5= Problemas de seguridad		
6= Perdida de ingresos (ganancias)		
7= Malas experiencias previas con programas similares (P.E.: Entrega de canastas, vales, etc).		
8= Otro: _____		
99= No sabe / no responde		
P7.5 Aceptaría usted los términos y condiciones de las Naciones Unidas y del PMA (inmunidad, condiciones de pago, etc.) (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		
P7.6 Según usted, ¿cuál sería la modalidad de pago preferida de darse una asociación con el PMA?		
P7.7 ¿En su comercio, los clientes pueden pagar a través de un sistema móvil (transferencias por teléfono)? Si es así, ¿cuál? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Sistema
P7.8 ¿Ofrece usted alguna plataforma de transferencia para sus clientes? Si es así, que empresa le brinda el servicio? (1=Si, 2=No, 99=NS/NR)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Empresa

FIN: Agradezca y termine la entrevista. Llene la SECCION 8 antes de entregar sus boletas al supervisor.

SECCIÓN 8 – INFORMACIÓN DEL ENCUESTADOR Y COMENTARIOS

P8.1 Nombre del encuestador y firma:	
P8.2 Comentarios generales:	
(Exclusivo para el supervisor)	
P8.2 Fecha de recepción, Nombre del supervisor y firma:	
(Exclusivo para el digitador)	
P8.3 Fecha de digitación, Nombre del digitador y firma::	

Anexo II

Cuestionario de Mercado para entrevistas a fuentes calificadas

SECCIÓN 1: INFORMACIÓN PRELIMINAR			
P1.1 NUMERO DE CUESTIONARIO	_ _ _ _		
P1.2 Encuestador		P1.3 Fecha	_ _ _ / _ _ _ / 20 _ _
P1.4 Departamento	Cod	P1.5 Municipio	Cod
P1.6 Comunidad/Aldea/Caserío	Cód		
P1.7 Coordenadas Geográficas	Latitud (Y) _ _ _ , _ _ _ _ _ _ _ _	GPS Código	
	Longitud (X) _ _ _ , _ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	
P1.8 Nombre del Entrevistado		Tipo de Informante Clave	
P1.9 Nombre de Mercado / Tiendas			

Sección 2: Características del mercado general			
P2.1 ¿Cuántos mercados existen en su comunidad	_ _		
P2.2 ¿Hay un mercado principal en su comunidad o municipio? (1=Si, 2=No)	_ _		
P2.3 Si la respuesta es SI, ¿Cuál es el nombre del mercado principal?	Nombre _____		
P2.4 Si la respuesta es SI, a que distancia o cuánto tiempo tarda en llegar al mercado principal (distancia / tiempo promedio)	KM _ _ _ _ _	HH:MM _ _ _ : _ _ _	
P2.5 ¿Por cuantos días de la semana funciona este mercado principal?	1 = diario (5 días o más por semana) 2 = 3 a 4 veces por semana 3 = 1 a 2 vez por semana	4 = una vez cada dos semanas 5 = una vez al mes 99 = No sabe / No Responde	_ _ _ _
P2.6. ¿El mercado principal funcionan de forma regular?	1 = Todo el año 2 = Solo por temporadas/estaciones	99 = no sabe / No responde	_ _ _ _
P2.7 Si la respuesta a la P2.2 es "Solo por temporadas", ¿En qué temporadas/estaciones funciona?	Apunte las estaciones y meses.		
P2.8 Durante el día más ocupado de la semana, ¿En total, cuántos comerciantes minoristas, mayoristas, recolectores y transportistas operan en el mercado principal?	Minoristas _ _ _ _	Mayoristas _ _ _ _	Recolectores _ _ _ _
			Transportistas _ _ _ _
P2.9 En general, ¿cómo clasificaría la mayoría de las tiendas/comercios en el Mercado principal? (marque 0 sino no hay tienda/comercio en la columna de porcentaje – El total no debe superar el 100%)	Clasificación		Porcentaje
	1=Formales (con licencia)		_ _ _ _ _
	2=Informales		_ _ _ _ _
P2.10 ¿Ha cambiado el número de clientes en el mercado en los últimos 3 meses?	1= Ha disminuido 2=Ha aumentado	99=No sabe / No responde	_ _ _ _
P2.11 ¿Generalmente, de donde vienen los clientes que visitan el mercado principal?	1=De la comunidad 2=Del municipio 3=De otros municipios	4=De otros departamentos 5=De otro país 99=No sabe / No responde	
P2.12 ¿Cuántas tiendas/comercios hay en la comunidad/municipio?	Tiendas en el mercado principal _ _ _ _ _	Tiendas fuera del mercado principal _ _ _ _ _	
P2.13 ¿Cuántas tiendas o comercios informales hay en la comunidad / municipio?	Tiendas en el mercado principal _ _ _ _ _	Tiendas fuera del mercado principal _ _ _ _ _	
Las siguientes preguntas se refieren al Mercado principal del cual se abastecen los hogares en la comunidad/municipalidad.			
P2.14 En los últimos 6 meses, ¿el funcionamiento del mercado ha sido afectado por algún evento?	1= Si 2= No	99= No sabe / No responde	_ _ _ _
P2.15 Si la respuesta es SI, ¿Por qué se ha afectado?	Apunta las dos razones principales:		
P2.16 En el último año, ¿la cantidad de comerciantes, locales comerciales y tiendas ha cambiado?	1= No, es igual 2= Si, es mayor	3= Si, es menor 99= No sabe/no responde	_ _ _ _

P2.17 ¿En qué meses hay más o menos abastecimiento en el mercado?												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Meses con mayor abastecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meses con menor abastecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2.18 Si el abastecimiento del mercado ha sufrido algún cambio en los últimos seis meses. Describa porqué ha cambiado, si no, deje en blanco.												
P2.19 ¿En los últimos 3 meses, los precios de los alimentos en el mercado principal han sufrido algún cambio o se han visto afectados? Si es así, por favor describa cómo (y si este no es el caso, deje en blanco)												
Sección 3 – Principales productos alimentarios												
P3.1 ¿Cuáles son los 3 productos más importantes en el mercado principal?	Producto 1			Producto 2			Producto 3					
P3.2 ¿Están estos productos actualmente disponibles en el mercado principal? (1= Si 2=No)	_ _ _			_ _ _			_ _ _					
P3.3 ¿Durante el día más ocupado de la semana, que porcentaje de comerciantes en el mercado venden estos productos?	_ _ _ _ _ %			_ _ _ _ _ %			_ _ _ _ _ %					
P3.4 ¿Actualmente, cual es el precio promedio de estos productos? (moneda_____)	_ _ _ . _ _ _			_ _ _ . _ _ _			_ _ _ . _ _ _					
Sección 4 – Capacidad de Respuesta												
P4.1 ¿Hay transporte público de su comunidad al mercado principal más cercano?	1= Si 2= No			99= No sabe / No responde			_ _					
P4.2 ¿Hay problemas de seguridad que afectan el entorno del mercado?	1= Si 2= No			99= No sabe / No responde			_ _					
P4.3 Si la respuesta es SI, ¿Qué clase de problemas de seguridad le afectan?	Apunte las dos problemas de seguridad principales											
P4.4 ¿Cómo considera que podría ser la situación de los hogares afectados en los próximos 6 meses? (Explicar si prevén mejoras o empeoramiento de la situación en las comunidades, como reducción del jornal o fuentes de ingresos, menores o mayores producciones, etc.)												
Sección 5 – Apreciación de la cobertura de servicios financieros												
P5.1 ¿Cuáles son los servicios financieros, cooperativos de crédito o micro-finanzas más utilizados por las personas en su comunidad? (Nombre las tres más importante en orden prioritario)	Nombre de la institución			Porcentaje de hogares estimados								
P5.2 ¿Con que frecuencia las personas que viven en las áreas rurales utiliza estos servicios financieros?	1 = diario (5 días o más por semana) 2 = 3 a 4 veces por semana 3 = 1 a 2 vez por semana			4 = una vez cada dos semanas 5 = una vez al mes 99 = No sabe / No Responde			_ _					
P5.3 ¿La gente en la comunidad / municipio que reciben remesas de familiares / amigos que viven fuera de la comunidad / municipio?	1= Si 2= No			99= No sabe / No responde			_ _					
P5.4 Si la respuesta es SI, ¿qué servicios utiliza para recibir estas transferencias?	Nombrar los tres principales											
FIN DE LA ENTREVISTA. AGRADEZCA Y TERMINE.												
Comentarios y recomendaciones.												

Anexo II

Boleta para recolección de datos de Precios

P1. ¿Cómo determina los precios de venta de los productos que comercializa? (No lea la respuesta) 1= Los precios son fijados por el gobierno 2= Los precios son fijados por los mayoristas/proveedores 3= Los comerciantes fijan un rango de precios juntos 4=Cada comerciante determina sus propios precios 5= Los precios son los mismos que en otros mercados 6= Otros _____ 99= No sabe/No responde						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
P2. ¿Sus ventas han cambiado en los últimos 3 meses? (1=Incrementó, 2=Disminuyó, 99 NS/NR)						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
P3. ¿En qué porcentaje ha cambiado? (Coloque 00=NS/NR)						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
P4. ¿Cuál fue la razón principal para este cambio? (Pregunta abierta)											
Alimentos IMPORTANTE Adaptar según la canasta básica de alimentos	P5 Durante la semana, cuanto vende de los siguientes productos?		P6 Indique si las ventas por semana aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron estable en comparación con hace tres 1=Disminuido 2=Aumentado 3=Estables 99= NS/NR	P7 ¿Qué alimentos comercializa y están actualmente disponibles en su comercio y cuál es su disponibilidad? 1 = Si, con alta disponibilidad 2= Si, con media disponibilidad 3= Si, con baja disponibilidad 4= No, no están disponibles 88= No comercializa el producto 99 = No sabe / No responde	P8 ¿Cuál es su fuente de abastecimiento actual? 1= Municipal 2= Departamental 3= Nacional 4= Internacional 5= Otros 88= No aplica / No comercializa 99= No sabe/No responde	P9 ¿Actualmente, cuál es su precio de venta para productos que comercializa?					
	Unidad	Cantidad				Unidad de Medida	Unidad de Medida	Precio Actual	¿Han cambiado los precios en los últimos 3 meses? 1 = Disminuido 2 = Aumentado 3 = Están Estables 99= No sabe/ No responde		
P10. En los últimos 6 meses, ¿ha sufrido de desabastecimiento de alguno de los productos que vende regularmente? (1= Si, 2=No, 88=N/A, 99= NS/NR)						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
P11. Si responde Si, por favor escriba en qué productos ha tenido desabastecimiento y por qué motivo											
P12. ¿Estaría dispuesto a incluir otros productos/alimentos que no distribuye actualmente? (1=, 2=No, 99=NS/NR)						<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					

Anexo IV

Boleta para recolección de datos de Mercado en 72 horas después de una emergencia

Sección 1 – Información Preliminar

NOTA: LLENAR TODOS LOS ESPACIOS	
1. Nombre del encuestador	
2. Fecha	
3. Nombre del Mercado (si aplica)	
4. Villa o Ciudad	
5. Distrito	
6. Provincia	
7. Coordenadas Geográficas	GPS _____ o Latitud _____ Longitud _____

Sección 2 – Perfil del Comerciante

2.1. ¿En qué actividad comercial está usted actualmente involucrado?	
1. Mayorista	
2. Mayorista / Minorista	
3. Minorista – Puesto abierto o al aire libre	
4. Minorista – Tienda o abarrotería (lugar cerrado)	
5. Minorista - supermercado	
6. ...	

Sección 3 – Volumen and Flujos Comerciales

3.1. ¿Qué productos alimentarios que usted usualmente comercia están disponibles actualmente en el Mercado?	SI	NO
1. Trigo		
2. Maíz		
3. Arroz		
4. Maicillo		
5. ...		
3.2. Su Fuente de abastecimiento ha sido afectada por el evento?		
1. Completamente		
2. Parcialmente		
3. Pobre		
4. No		
5. No sabe / No responde		

Sección 4 – Restricciones y capacidad de respuesta

4.1. En las secuelas del evento, ¿conoce de restricciones significativas que puedan afectar su comercio?	SI	NO	No sabe
1. Danos físicos a la infraestructura pública (vías, carreteras, puertos, aeropuertos,, etc.)			
2. Danos al Sistema de comunicación (celulares, internet, etc.)			
3. Danos a plantaciones y cultivos permanentes			
4. Problemas de agua, sanidad e higiene			
5. Danos a los locales cercanos (tiendas, almacenes, etc.)			
6. Problemas de seguridad (saqueo, pérdidas de bienes, robos, etc.)			
7. Restricciones al movimiento de personas y bienes (puntos de control, cierre de fronteras, etc.)			
8. Desabastecimiento de gas, gasolina, combustible			
9. Otro (especificar)			

Sección 5 – Suministros

5.1. ¿Tiene suficientes suministros para satisfacer la demanda para los próximos días?	Suficientes suministros disponibles para 1 menos una semana (>5 días)	Suministros disponibles pero solo para menos de una semana (3-5 días)	Suministros limitados (1-2 días)	No tengo suministros (0-1 días)	No sabe	No comercializa el producto
1. Trigo						
2. Maíz						
3. Arroz						
4. Maicillo						
5. ...						

Sección 6 - Precios

6.1. ¿A cuánto vende los siguientes productos?	Moneda/Unidad (Quetzales / Kg)	Antes del evento	Precio actual	No comercializa el producto
1. Trigo				
2. Maíz				
3. Arroz				
4. Maicillo				
5. ...				
6. Gasolina				
7. Diésel				

Anexo V

Cuestionario de percepción de Mercado para beneficiarios

Fecha: _____ (día/mes/año)

Comunidad / Localidad: _____ / _____

Sexo: F / M

1. ¿Cuáles son los productos que compra con más frecuencia?
 - a. maíz
 - b. frijol
 - c. arroz local
 - d. arroz importado
 - e. huevos
 - f. carne de pollo
 - g. pescado
 - h. aceite
 - i. plátano
 - j. otros _____

2. ¿Algunos de estos productos escasea?

3. ¿Si escasean, como los consigue?

4. ¿Los precios de los alimentos en el mercado varían? ¿Si es así, en qué se basa esta variación o por qué cambian?

5. ¿A qué distancia de su hogar está el lugar donde compra principalmente sus alimentos?

6. ¿Si usted tuviera la opción, como prefiere recibir asistencia alimentaria?
 - a. efectivo
 - b. cupones
 - c. canasta de comida
 - d. La combinación de cupones y canasta de comida

7. ¿Qué piensa de los programas de asistencia que ya se han realizado en la zona.

Conceptos Claves

Beneficiario/a: Persona que recibe asistencia, en este caso de alimentaria, por parte del PMA.

Canasta de comida: Se trata de un conjunto de productos que se suministran a las familias beneficiarias de un programa de ayuda alimentaria en aras de favorecer su consumo cotidiano, sobre todo, en períodos de emergencia y escasez alimentaria en una región dada.

Cliente: Persona que compra bienes tangibles (tortilla o pan) o intangibles (asesoría fiscal o financiera, por ejemplo) con un agente independiente, un comercio, tienda o empresa.

Comerciante: Agente o empresa que se dedica a negociar comprando y vendiendo distintas mercancías como actividad económica, en este caso alimentarios productos, para lo cual suele disponer de infraestructura mínima (puesto de venta, tienda, supermercado) y de estrategias comerciales para convencer a sus clientes de que son una opción viable para ellos.

Crisis alimentaria: Situación en la que un mercado presenta una oferta deficitaria de alimentos respecto a la oferta demanda en una misma temporada promedio. Este déficit suele deberse a situaciones anómalas o desastre como una sequía, un terremoto, inundación u otro evento equivalente. Por lo anterior, es importante que está escasez sea ajena a la estacionalidad normal de la producción y que suele registrarse siempre en el mismo período (por ejemplo, antes de la cosecha se registra normalmente la época de escasas estacional).

Cupones: Se trata de un documento que representa una dotación de alimentos, el cual puede ser intercambiado con un proveedor predeterminado y durante un lapso de tiempo definido. Por tanto, es un instrumento que favorece la adquisición exclusiva de alimentos y el acceso a precios preferenciales por parte del distribuidor.

Efectivo: Asistencia monetaria a través de tarjetas o transferencias, que se entrega a las familias participes de programas de asistencia alimentaria, con el fin de que adquiera los alimentos básicos necesarios para garantizar la supervivencia en tiempos difíciles.

Escasez: Situación en la que un mercado presenta una oferta deficitaria de alimentos respecto a la oferta demanda en una misma temporada promedio. Este déficit suele deberse a situaciones anómalas como una sequía, un terremoto, inundación u otro evento equivalente, que con el cambio climático exhiben una frecuencia creciente. Por lo anterior, es importante que está escasez sea ajena a la estacionalidad normal de la producción y que suele registrarse siempre en el mismo período (por ejemplo, antes de la cosecha se registra normalmente la época de escasas estacional)

Mayorista: Comerciante o empresa que vende, compra o contrata al por mayor, es decir, que el tamaño de sus ventas son altas y por ello privilegia la venta de sus productos a comerciantes en pequeña.

Medios de vida: comprenden las capacidades, los bienes y las actividades que se requieren para poder generar un ingreso y tener una forma de sustento en la vida (Proyecto ESFERA 2014). Abarca el potencial, capital, bienes, y actividades necesarias para vivir (DFID 1999).

Mercado: en su acepción más general se refiere a un lugar de encuentro donde la oferta de vendedores y las demandas de los compradores confluyen y se ajustan a través de una estructura de precios.

Minorista: Comerciante o empresa que vende, compra o contrata en pequeñas cantidades, por ende, sus ventas son reducidas y suele interaccionar directamente con consumidores finales.

Muestreo aleatorio sistemático: Es un tipo de muestreo aleatorio simple en el que los elementos se seleccionan según un patrón que se inicia con una elección aleatoria. Por ejemplo, al considerar una población de N elementos, se pretende estimar una muestra de tamaño n , se parte de la siguiente división $h=N/n$. Así, la primera selección al azar será entre 1 y h que se denomina arranque u origen. A ese número se le suma h y así sucesivamente. Todos los números identificados representa la muestra, en este caso, los comerciantes a entrevistar.

Proveedor: Agente o empresa de índole comercial que aprovisiona de mercancías a los/as comerciantes (mayoristas y minoristas), por el cual cobra un margen comercial. Para ello, suelen disponer de medios de transporte, almacenes y amplia red de contactos. Dentro de sus funciones en una situación de emergencia pueden incurrir en prácticas especulativas como retener productos en su almacén, aumentar artificialmente los precios o sustituir productos por otros de menor calidad, por citar algunos ejemplos.

Stock: Volúmenes de productos que son adquiridos por agentes comerciales –como proveedores y mayoristas, entre otros- y que se tienen almacenados durante un lapso de tiempo para mantener flujos del producto a clientes, principalmente a minoristas y consumidores. Para ello se dispone de instalaciones de almacenamiento que garantizan la calidad de los productos, al menos por un período corto de tiempo. Por lo general, entre más percedero es el producto más exigencias se tienen en las condiciones de almacenamiento, como temperatura, humedad, higiene, etc.

Subsidio: Prestación pública asistencial de carácter económico que suele expresarse en precios inferiores a la media de un producto, en ayudas en efectivo o en especie y que por lo general tiene una duración determinada.

Transportista: Conforme a su denominación es el conductor y, con frecuencia, el propietario de un vehículo automotor que está especializado en el transporte de productos agrícolas y alimentarios desde los sitios de cosecha hasta los mercados de distintas zonas. Además de ello, puede comprar cosechas por contrato a los agricultores, es decir, desde la siembra (para lo cual con frecuencia financia semilla, fertilizantes y algún otro insumo) para asegurar que toda la producción se la reserven para llevar a cabo sus funciones comerciales. También, puede ser el vendedor dentro de un mercado, directamente o con miembros de su familia.



Foto de portada: WFP / Bolivia. Foto de contraportada: WFP / Ana Gómez-Sánchez



Para mayor información contactar a:

Byron Ponce-Segura (byron.poncesegura@wfp.org)
Asesor Regional de la Unidad de Análisis y Seguimiento de la Seguridad Alimentaria

Ana Gómez-Sánchez (ana.gomez@wfp.org)
Oficial de Análisis de la Vulnerabilidad y Cartografía de la Seguridad Alimentaria (VAM)